



Konvergensi Media dan New Media dalam Transformasi Siaran Digital Indonesia menuju Analog *Switch Off*

<https://doi.org/10.25008/caraka.v6i1.205>

NISA AULIA DINA

AMRI DUNAN

Gunadarma University – Indonesia

*Correspondent email: nisaauliadina@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine how the implementation of media convergence and new media technology features is used in disseminating the Analog switch-off information in online media. The theories used in this study are new media and the Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Actions, and Control (SOSTAC) model. The research approach used is a descriptive qualitative approach with a purposive sampling technique, while the data collection techniques used are in-depth interviews, observations, and literature studies. Based on the research that has been conducted, Indonesian digital broadcasts use a strategy to disseminate information related to analog switch-off migration by using various platforms and diverse content to reach all segments of society. In addition, Indonesian digital broadcasts also collaborate with influencers, private institutions, and the government to increase campaign effectiveness. Various new media technology features, such as social media, live streaming, chatbots, Zoom, websites, and mobile applications, are also utilised. Interactive features such as videos, infographics, stories, Kahoots, and the effectiveness of information dissemination are measured through reach, engagement, and evaluation in the form of surveys every six months regarding the socialisation of analog switch-off migration. The findings of this study reinforce the statement that media convergence not only expands the reach of information but also increases interactivity, participation, and personalisation, which ultimately increases the effectiveness of communication and audience engagement. Media convergence has proven to be a mandatory strategy to ensure traditional media remains relevant and competitive in the digital era.

Keywords: *Media Convergence; New Media Technology; Information Dissemination; Online Media; Communication Strategy.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi konvergensi media dan fitur teknologi new media yang digunakan dalam menyebarkan informasi Analog switch off di media online. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu new media dan model Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Actions, dan Control (SOSTAC). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah indepth interview, observasi, dan studi pustaka. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan siaran digital Indonesia menggunakan strategi dalam menyebarkan informasi terkait migrasi analog switch off dengan melibatkan penggunaan berbagai platform dan konten yang

beragam untuk menjangkau seluruh segmentasi di masyarakat. Selain itu, siaran digital Indonesia juga melakukan kolaborasi dengan influencer, lembaga swasta, dan pemerintah untuk meningkatkan efektivitas kampanye. Penggunaan berbagai fitur teknologi new media seperti media sosial, live streaming, chatbot, zoom, website, dan aplikasi mobile juga dimanfaatkan. Adapun fitur interaktif seperti video, infografis, stories, dan kahoot, serta efektivitas penyebaran informasi diukur melalui jangkauan, keterlibatan, dan evaluasi dalam bentuk survei setiap enam bulan terkait sosialisasi migrasi analog switch off. Temuan pada penelitian ini memperkuat statement bahwa konvergensi media tidak hanya memperluas jangkauan informasi tetapi juga meningkatkan interaktivitas, partisipasi, dan personalisasi, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas komunikasi dan keterlibatan audiens. Konvergensi media terbukti sebagai strategi yang wajib digunakan dalam memastikan media tradisional tetap relevan dan kompetitif di era digital.

Kata Kunci: Konvergensi Media; Teknologi New Media; Penyebaran Informasi; Media Online; Strategi Komunikasi.

Author's email correspondent: nisaauliadina@staff.gunadarma.ac.id
The author declares that she/he has no conflict of interest in the research and publication of this manuscript.
Copyright © 2025 (Nisa Aulia Dina, Amri Dunan) Licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0). Available at http://caraka.web.id
Submitted: DD/MM/YY; Revised: 05/05/2025; Accepted: 25/05/2025

INTRODUCTION (PENDAHULUAN)

Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia telah memberikan dampak signifikan di berbagai bidang, termasuk sosial, ekonomi, dan pendidikan. Berdasarkan survei yang dilakukan we are social pada januari 2023 ditemukan bahwa pengguna internet meningkat dan mencapai 212,9 juta pada tahun 2023, sehingga masyarakat kini lebih mudah berkomunikasi dan mengakses informasi terkini khususnya di media online. Menurut Redi Panuju (2018:195) Media online adalah sarana komunikasi yang penyajiannya terkoneksi melalui internet contohnya email, website, media sosial, blog dan lain-lain. Secara umum semua media yang koneksinya menggunakan internet dapat disebut sebagai media online. Awalnya penyebaran informasi hanya menggunakan media konvensional saja seperti radio, majalah dan lain-lain. Akan tetapi karena adanya perkembangan teknologi informasi, penyebaran informasi saat ini umumnya menggunakan internet dan platform new media seperti media sosial, aplikasi mobile dan website. Teknologi new media membuat masyarakat menjadi lebih aktif dalam penyebaran informasi. Hal ini dikarenakan mudahnya untuk berbagi pendapat, mendapatkan informasi dalam waktu yang singkat, realtime serta bisa menjangkau bagian daerah mana saja dan tak terbatas. Namun, kemudahan ini juga membawa risiko, seperti penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoax.

Hal ini terbukti pada penelitian yang dilakukan oleh Ruslan (2019:5-60) yang berjudul "Dampak Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Positif dan Negatif di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya" disimpulkan bahwa dengan adanya jaringan internet, masyarakat kecamatan Teunom menjadi lebih mudah dalam mengakses media sosial. Sehingga masyarakat menjadi lebih melek akan informasi baik dari luar maupun dalam daerah. dapat berkomunikasi secara jarak jauh untuk bersilaturahmi, begitu juga dengan pengusaha dapat mempromosikan usahanya lewat media sosial, serta pemangku kebijakan

dapat menjelaskan dan menyebarkan informasi secara terbuka kepada masyarakat. Dampak negatif juga dialami oleh masyarakat Teunom dimana cepatnya penyebaran informasi yang tidak benar, seperti hoax dan fitnah terhadap orang lain.

Era digitalisasi informasi ini juga turut mempengaruhi industri media massa khususnya di Kota Semarang. Alkomari (2021:159) dalam penelitiannya ditemukan bahwa saat ini semakin banyak media online yang belakangan mewarnai perkembangan industri media baik skala nasional

maupun lokal atau daerah. Bahkan bisa dikatakan media online tumbuh subur, seiring dengan mudahnya dalam mendirikan media online.

Selain penggunaan teknologi new media, konvergensi media juga telah menjadi fenomena yang tidak dapat diabaikan dalam konteks komunikasi modern. Dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, masyarakat kini dihadapkan pada beragam sumber informasi yang dapat mempengaruhi cara mereka memahami dan berinteraksi dengan dunia. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana konvergensi media dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi secara lebih efektif, terutama dalam transisi dari siaran analog ke digital. Menurut Umi (2021:65) dalam menjalani konvergensi media, organisasi atau institusi harus memiliki berbagai media untuk dapat menjalankan bentuk multiplatform. Cara ini dinilai efektif karena dapat memberikan kekuatan dan keuntungan media tersebut di mana setiap kekurangan yang ada akan ditutupi oleh bentuk media yang lainnya. Informasi yang didapatkan juga semakin lengkap karena berasal dari berbagai sumber media dan dapat menjangkau lebih banyak kalangan. Masyarakat yang tidak memiliki televisi, bisa mendapatkan informasi dalam bentuk radio, cetak dan internet.

Migrasi TV analog ke TV digital memang memiliki banyak kelebihan dan keuntungan, akan tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa migrasi TV digital ini juga memiliki banyak konsekuensi dan tantangan karena bisa mengubah alur penyiaran di Indonesia. Perlu kesiapan dari berbagai pihak terkait, seperti aspek infrastruktur, kebijakan pemerintah, industri penyiaran, maupun pemahaman masyarakat. Persoalan ini tentunya saling terhubung karena televisi adalah media yang melibatkan berbagai pihak. Salah satu contoh dari permasalahan tersebut adalah penundaan analog switch off, seharusnya di tahun 2018 Indonesia telah analog switch off. Namun pada kenyataannya hingga awal tahun 2020 belum juga terlaksana, bahkan tahapan simulcast belum dilaksanakan dalam skala nasional alasannya terkendala pada regulasi yang belum rampung dan menunggu kesiapan dari penyelenggara penyiaran. (Warsito, 2022:2).

Ketidakpastian informasi ini menjadi salah satu hambatan dalam penyebaran informasi terkait migrasi TV digital di Indonesia. Hal ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu, salah satunya yang dilakukan oleh Made Dwi Adnjani dan Mubarok (2018: 765) yang berjudul "Strategi Sosialisasi Migrasi Sistem Penyiaran Analog ke Digital di Jawa Tengah" menyatakan bahwan hambatan yang di alami oleh masyarakat di Jawa Tengah yaitu mayoritas masyarakat belum mengetahui rencana migrasi, belum ada keputusan final tentang proses migrasi, dan adanya ketidakpedulian sebagian masyarakat. Hal serupa juga di alami oleh masyarakat yang berada di Aceh. Zuwidah Dewi dan Muzakkir (2022:8) pada judul "Strategi Komunikasi Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Aceh dalam Mengoptimalkan Migrasi Televisi

Digital" juga menyatakan bahwa ada beberapa hambatan dalam penyebaran informasi TV digital di Aceh yaitu tidak adanya kepastian waktu pasti penyelenggaraan analog switch off, karena sudah beberapa kali penundaan oleh pusat dan penyebaran informasi terkait analog

switch off hanya di media sosial, sehingga peneliti pada penelitian ini menganggap media ini tidak dapat menyentuh seluruh lapisan masyarakat.

Peneliti menyimpulkan terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam penyebaran informasi di era digital. Misinformasi, overload informasi, dan ketidakpercayaan masyarakat terhadap media menjadi isu utama yang perlu diatasi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi konvergensi media dan penggunaan teknologi new media dapat membantu mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan meningkatkan efektivitas komunikasi di kalangan audiens. Tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan strategi konvergensi media dalam konteks penyebaran informasi terkait analog switch off. Peneliti ingin mengevaluasi bagaimana fitur teknologi new media dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan interaksi dengan audiens dan mengatasi tantangan yang ada. Dengan fokus ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai dinamika konvergensi media.

THEORETICAL FRAMEWORK (KERANGKA TEORI)

Penelitian ini mengandalkan dua teori utama, yaitu teori New Media dan model SOSTAC, untuk menganalisis penyebaran informasi siaran digital di Indonesia dalam konteks konvergensi media dan teknologi new media. Menurut Miles, Rice dan Barr dalam *Media: an introduction 3rd edition* (Flew, 2008) new media merupakan suatu media yang merupakan hasil dari integrasi dari beberapa aspek teknologi yang digabungkan, seperti teknologi komputer dan informasi, jaringan komunikasi dan media serta informasi digital. New media merupakan media yang menawarkan *digitisation, convergence, interactivity, dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kombinasi ini menghasilkan aplikasi atau media baru yang mempermudah dalam hal berkomunikasi. Teori New Media menjelaskan bagaimana teknologi digital telah mengubah cara informasi diproduksi, disebar, dan dikonsumsi, memungkinkan interaksi yang lebih aktif antara media dan audiens. Dalam konteks ini, konvergensi media berperan penting dalam mengintegrasikan berbagai platform dan saluran komunikasi, sehingga informasi dapat disampaikan secara lebih efektif dan efisien.

McQuail (2011) menyimpulkan asumsi mengenai teori new media ada 8 yaitu interaktivitas, partisipasi pengguna, menipiskan batasan yang ada, globalisasi, teknologi digital, desentralisasi dan dekonstruksi, keterlibatan aktif, kecepatan dan real time. New media memungkinkan tingkat interaktivitas yang lebih tinggi antara pengguna dan konten media. Audiens tidak hanya menjadi penerima pasif tetapi juga dapat berkontribusi pada konten, berpartisipasi dalam dialog, dan memengaruhi.

New media memfasilitasi partisipasi aktif dari pengguna dalam pembuatan dan distribusi konten. Setiap individu pada platform new media dapat menjadi pembuat konten, menghasilkan dan membagikan informasi, dan berpartisipasi. Adanya new media menipiskan batasan yang ada. Konvergensi media mengakibatkan batasan tradisional antara media cetak, media elektronik, dan media online semakin terhapus. Hal ini terjadi karena konten dapat diakses melalui berbagai platform, dan pengalaman media menjadi lebih terintegrasi dan saling terkait. Pertukaran informasi secara global menjadi lebih cepat sehingga berita, budaya, dan informasi dapat menyebar lebih luas dan cepat, serta membawa dampak global.

Teknologi digital adalah inti dari perkembangan new media. Adanya digitalisasi memungkinkan penyimpanan, pengolahan, dan distribusi informasi dengan efisiensi tinggi dan membuka peluang baru dalam produksi media. New media menantang model komunikasi yang terpusat dan mendekonsentrasi kekuatan komunikasi. Hal ini karena lebih

banyak orang memiliki akses dan kekuatan untuk berpartisipasi dalam proses komunikasi, sehingga mengurangi kontrol dari pihak sentral. Pengguna new media cenderung terlibat secara aktif dalam pencarian, kurasi, dan konsumsi konten. Audiens memiliki kontrol lebih besar terhadap apa yang konten atau informasi yang ingin di konsumsi dan bagaimana audiens ingin berinteraksi dengan konten. New media juga memungkinkan penyampaian informasi dalam waktu nyata. Berita dan informasi dapat disampaikan dengan cepat, dan tanggapan dapat terjadi secara instan

Model SOSTAC terdiri dari *Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action Plan, dan Control* memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk merancang strategi komunikasi. Dalam penelitian ini, model Sostac digunakan untuk merumuskan strategi penyebaran informasi terkait Analog switch off dengan mempertimbangkan analisis situasi yang meliputi tren konvergensi media dan perilaku audiens dari penggunaan teknologi new media. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat ditemukan cara yang lebih baik untuk memanfaatkan teknologi new media dalam mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Kombinasi antara teori new media dan model SOSTAC memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana teknologi digital dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi dengan audiens dan mengatasi tantangan yang dihadapi dalam penyebaran informasi. Penelitian ini berfokus pada penerapan strategi konvergensi media yang efektif, yang dapat membantu dalam mengoptimalkan penyampaian informasi siaran digital di Indonesia. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih baik di era digital khususnya pada akun siaran digital Indonesia dalam penyebaran informasi terkait migrasi *analog switch off*.

METHODOLOGY (METODOLOGI)

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Bungin (2022:49) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada dimasyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan strategi konvergensi media dan teknologi new media dalam penyebaran informasi analog switch off melalui akun siaran digital indonesia di media online. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2016:219). Proses penggunaan teknik ini berdasarkan keputusan peneliti yang memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi yang menunut pendapatnya mewakili populasi.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma ini memandang realitas sebagai hasil konstruksi sosial dan kognitif. Fokus pada pemahaman tentang bagaimana individu membangun pengetahuan dan makna. Makna ini cukup banyak dan beragam sehingga peneliti dituntut untuk lebih mencari kompleksitas atas pandangan-pandangan dibandingkan mempersempit makna-makna menjadi sejumlah kategori dan gagasan (Creswell, 2013). Konstruktivis fokus pada bagaimana realitas sosial diciptakan melalui komunikasi. Realitas tidak ditemukan; realitas adalah produk pemahaman kolektif masyarakat (Griffin:2014).

Objek penelitian merupakan permasalahan yang akan diteliti. Objek penelitian (Sugiono, 2016:13) adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan

kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu). Objek penelitian ini adalah strategi komunikasi akun siaran digital Indonesia dalam mendukung penyebaran informasi analog switch off melalui media online. Sedangkan subjek penelitian dapat dikatakan sebagai informan, yaitu orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2017: 132). Adapun subjek pada penelitian ini adalah gugus tugas migrasi siaran televisi analog ke digital dari Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali informasi secara langsung dari informan, sedangkan observasi memberikan data tentang perilaku nyata. Studi pustaka dilakukan untuk mencari referensi yang relevan guna mendukung teori yang digunakan dalam penelitian. Analisis data dilakukan secara induktif, di mana peneliti mengumpulkan fakta-fakta dari lapangan untuk menarik kesimpulan. Proses analisis ini berlangsung seiring dengan kemajuan penelitian, sehingga peneliti dapat menyesuaikan analisis dengan fakta baru yang muncul. Untuk memastikan keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber atau metode. Dengan cara ini, peneliti dapat meningkatkan validitas temuan dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

RESULTS AND DISCUSSION (HASIL DAN PEMBAHASAN)

Siaran Digital Indonesia adalah akun resmi milik Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) yang menyebarkan berbagai informasi tentang migrasi tv analog ke tv digital, mulai dari kenali tv digital, cara menangkap siaran digital, regulasi, sertifikasi *set top box* (STB), berita, wilayah siaran TV digital, buku saku, komik dan media sosial. Berbagai informasi ini disebarkan melalui beberapa platform yaitu YouTube, X, Facebook, Website, Aplikasi, Instagram, dan Tiktok. Akun siaran digital Indonesia memiliki tujuan sebagai sarana edukasi bagi masyarakat Indonesia agar lebih mengenal dan segera beralih ke tv digital.



Gambar 1: Logo Maskot Siaran Digital Indonesia

Berdasarkan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2021, Akun Siaran Digital Indonesia dikelola oleh gugus tugas migrasi siaran televisi analog ke digital. Selain itu untuk kelancaran pelaksanaan gugus tugas migrasi sistem televisi terrestrial analog ke digital menurut Surat Keputusan Direktur Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika Nomor 61 Tahun 2021, perlu dibentuk tim pelaksana harian gugus tugas migrasi sistem televisi terrestrial analog ke digital yang di dalamnya terdapat sekretariat tim pelaksana harian, kelompok kerja penyiapan infrastruktur dan ekosistem, kelompok kerja migrasi program siaran, kelompok kerja komunikasi dan edukasi publik, dan kelompok kerja ahli. Berdasarkan SK tersebut juga untuk kelancaran pelaksanaan

tugas tim pelaksana harian gugus tugas migrasi sistem televisi terrestrial analog ke digital, masing-masing kelompok kerja dapat menentukan tata kerja dan dapat melakukan penambahan anggota melalui keputusan masing-masing ketua kelompok kerja. Oleh karena itu kelompok kerja komunikasi dan edukasi publik melakukan penambahan anggota dan dibentuk dalam tim yang dinamakan tim project manajemen office *analog switch off*. Dimana tim ini bertugas untuk mengelola media sosial dari awal hingga akhir.

Analisis Strategi Konvergensi Media

Analog Switch Off (ASO) adalah proses penghentian siaran televisi analog dan peralihan sepenuhnya ke siaran televisi digital. Dimana peristiwa ini adalah salah satu peristiwa besar yang dialami oleh Indonesia. Negara secara resmi menghentikan siaran televisi analog dan beralih sepenuhnya ke siaran televisi digital. Peristiwa ini merupakan bagian dari upaya pemerintah untuk meningkatkan kualitas siaran televisi dan efisiensi penggunaan spektrum frekuensi, serta untuk mendukung perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia.

Siaran digital Indonesia dalam membantu penyebaran informasi terkait migrasi *analog switch off* juga menggunakan strategi komunikasi. Hal ini diperlukan karena adanya perubahan komunikasi yang terjadi akibat pandemi. Sehingga diperlukan strategi komunikasi yang tepat untuk penyebaran informasi agar *analog switch off* terlaksana tepat waktu. Mengingat survei yang dikemukakan gugus tugas pada rapat kordinasi pelaksanaan simulcast di provinsi Sumatera selatan. Ditemukan pada juni-juli 2021 di Sumatera selatan terdapat 76% masyarakat yang tidak tau tentang siaran tv digital, sedangkan 24% masyarakat mengetahui. Sedangkan untuk pemilihan media yang diharapkan untuk mendapatkan informasi mengenai siaran tv digital lebih banyak melalui televisi 97%, penjelasan langsung tatap muka 35.75%, sosial media 19,25%, internet 13%, dan surat kabar 5,75%.



Gambar 2: Paparan rapat kordinasi pelaksanaan simulcast di provinsi Sumatera Selatan

Strategi konvergensi media adalah penggabungan berbagai platform media untuk mencapai tujuan komunikasi yang lebih efektif. Dengan penggabungan berbagai platform ini membuat pesan yang disampaikan menjadi lebih kuat tertanam di pikiran audiens, karena informasi yang diberikan sama namun melalui berbagai sumber. Informasi yang sering muncul di berbagai platform juga bisa meningkatkan kesadaran seseorang terhadap isu atau topik tertentu. Sehingga dapat mendorong respons yang cepat. Selain itu, mendapatkan informasi yang sama dari berbagai sumber dapat memberikan rasa validasi atau kepercayaan bahwa informasi tersebut benar atau penting. Selain strategi konvergensi media, siaran digital Indonesia juga menggunakan strategi konten, dimana konten yang dibuat disesuaikan dengan segmentasi yang dituju, Pendekatan ini berfokus pada pembuatan, kurasi, dan distribusi konten yang relevan, berharga, dan konsisten untuk

menarik dan mempertahankan audiens yang ditargetkan. Strategi ini bertujuan untuk membangun keterlibatan, kepercayaan, dan kesetiaan audiens, serta meningkatkan kesadaran terhadap organisasi atau individu. Konten dapat berupa artikel, blog, video, infografis, dan lainnya yang didistribusikan melalui berbagai media online seperti situs web, media sosial, dan platform lain.

Dalam konteks *analog switch off*, kedua strategi ini sangat penting untuk menjangkau audiens yang beragam melalui berbagai platform. Strategi konvergensi media yang digunakan oleh gugus tugas migrasi yaitu dengan membuat website resmi dan mengintegrasikan berbagai platform media online (youtube, tiktok, instagram, facebook, whatsapp, X, dan aplikasi) dalam satu website resmi. Website resmi ini digunakan untuk menjadi acuan dalam penyebaran informasi dan sebagai cadangan jika terjadi masalah pada platform lainnya. Sedangkan platform media sosial dan aplikasi digunakan berdasarkan target audiens yang dituju. Adapun strategi konten yang digunakan adalah konten web series, komedi madura, infografis, dialog interaktif, modus (msodi blusukan) dan lain lain.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan ditemukan bahwa penggunaan berbagai platform ini juga berbeda-beda. Pada Instagram konten yang dibagikan berbentuk foto dan video, seperti infografis, flyer (info workshop, webinar, hari peringatan), best cut video dari beberapa paparan para ahli dalam webinar, games modi, countdown migrasi *analog switch off* di daerah tertentu, komik singkat tanya jawab dan lainnya. Instagram merupakan salah satu platform yang sering digunakan masyarakat khususnya dalam mengakses informasi terkait *analog switch off*. Dibuktikan dengan jumlah pengikut sebanyak 29,600 followers dan setiap postingan selalu ada like dan komentar. Gugus tugas migrasi mengambil kesempatan ini dengan melakukan kolaborasi dengan beberapa instansi, influencer, artis dan beauty vlogger untuk turut membantu mensosialisasikan *analog switch off*. Sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Haryyu, bahwa:

"..... Makanya kebanyakan yang ngajak kolaborasi banyaknya di Instagram. Termasuk saat itu juga kita menggunakan influencer, waktu itu yang paling mahalnya anisa subandono karena kan kita waktu itu kita pilih segmennya ibu-ibu kan. Jadi kebanyakan artis sinetron dan beauty produk jadi reviewer. Youtube juga kita pernah coba dengan influencer kayak dilan dirge, rafi ahmad juga sempet tapi kita tampilkan ulang dari trans 7 sih. Tapi seingat saya tidak sepopuler di Instagram. Kebanyakan yang nanya pun lewat Instagram" (Haryyu, Sekretariat Gugus Tugas).

Facebook digunakan untuk membagikan teks, foto dan video. Facebook memiliki segmen khusus dimana dapat menawarkan suatu ikatan yang relevan antar individu yang dibangun dibawah group atau kelompok tertentu untuk berbagi informasi (Ni Putu, Ida, Kadek, 2015:209). Penyebaran informasi terkait migrasi *analog switch off* juga terbantu oleh platform facebook. Dimana penyebaran informasi yang dilakukan lebih mudah sampai kepada masyarakat karena adanya komunitas yang turut membantu dalam penyebaran informasi. Terbukti dari jumlah pengikut siaran digital Indonesia sebanyak 10.000 followers dan setiap postingan selalu ada like dan komentar. Sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Sonya, bahwa:

"Di facebook juga banyak masyarakat yang inisiatif bikin komunitas sendiri gitu. Misal TV Digital Jabar, TV Digital Jateng, TV Digital Bali kayak gitu. Mereka bikin

seluruh Indonesia. Bikin konten sendiri.” (Sonya, kelompok kerja komunikasi dan edukasi publik (SMO&admin) Gugus Tugas).”

Pada siaran digital Indonesia, youtube digunakan sebagai sarana edukasi publik yang lebih rinci dan lengkap, biasa digunakan untuk konten video ataupun live streaming yang durasinya panjang. Konten youtube siaran digital Indonesia memiliki konten yang bersifat santai seperti web series, komedi madura dan animasi. Namun ada juga yang bersifat formal atau resmi seperti, berita terkini, webinar, dialog interaktif. Masyarakat yang menggunakan platform youtube untuk mencari informasi terkait *analog switch off* lumayan banyak, dibuktikan dengan jumlah subscriber sebanyak 5.140 pada platform youtube.

Twitter atau X fungsinya sama dengan platform facebook yaitu untuk membagikan teks, foto dan video. Twitter memungkinkan pengguna untuk mengikuti akun lain, berbagi tweet (retweet), menyukai tweet, serta berpartisipasi dalam diskusi publik. Dalam siaran digital Indonesia, X lebih sering digunakan untuk menyambungkan dengan artikel yang ada di media sosial lainnya seperti Instagram, website, youtube. Penggunaan platform X tidak terlalu maksimal, terlihat dari laporan engagemen media sosial X juga tidak sebanyak media sosial lainnya. Hal ini dibuktikan oleh jumlah pengguna yang berpartisipasi dalam konten seperti like dan retweet tidak terlalu banyak. Pengikut akun siaran digital Indonesia di platform X juga hanya sebanyak 1.954 followers.

Tiktok digunakan untuk membagikan video yang bergerak. Pada akun siaran digital Indonesia, jumlah pengikut platform tiktok sebanyak 1.467 followers. Konten tiktok siaran digital Indonesia hampir sama dengan facebook dan Instagram, namun lebih sering berbentuk video yang bergerak seperti konten dari youtube tetapi format videonya berubah mengikuti format platform tiktok seperti konten web series, video infografis webinar dan lainnya.

Sedangkan Aplikasi SinyalTVDigital digunakan untuk membantu masyarakat dalam proses migrasi dari TV analog ke TV digital, yang merupakan bagian dari program pemerintah dalam melakukan digitalisasi penyiaran di Indonesia. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk melihat peta jangkauan sinyal TV digital di berbagai wilayah Indonesia. Pengguna dapat mengetahui apakah daerah yang ditinggali sudah terjangkau oleh sinyal TV digital. Memberikan informasi tentang lokasi pemancar TV digital terdekat dari pengguna, sehingga pengguna dapat mengarahkan antena TV dengan lebih tepat untuk mendapatkan sinyal yang optimal. Menyediakan panduan tentang cara memasang dan mengatur *set-top box* (STB) serta antena TV digital, termasuk cara memindai saluran TV digital yang tersedia di daerah pengguna.

Penggunaan whatsapp dalam siaran digital Indonesia yaitu hanya dalam bentuk chatbot dan diskusi dengan beberapa pihak berkepentingan melalui grup whatsapp biasanya mengenai kendala yang hadapi atau permasalahan yang tiba-tiba muncul, misalnya pemancar daerah tertentu mati. Sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Haryyu, bahwa:

”..di Whatsapp ada banyak komunitas. Aktif banget sampai sekarang dan cukup banyak. Bahkan di daerah juga, karena misalnya orang medan gak dapet sinyal nah itu bisa langsung bertanya. Justru komunitas organic itu lumayan besar. Jadi

di komunitas itu banyak instalator STB, mereka update juga, jadi banyak yang sosialisasi ke pelanggan-pelanggannya juga". (Haryyu, Sekretariat Gugus Tugas).

Penggunaan chatbot ini digunakan agar lebih cepat dalam membantu masyarakat memahami proses migrasi siaran tv analog ke tv digital, seperti informasi jadwal migrasi, cara mendapatkan set up box dan cara pemasangan antena digital.

Siaran digital Indonesia juga menyebarkan informasi terkait migrasi *analog switch off* di media online melalui website, dimana pengakses website dapat terhubung dengan berbagai platform media sosial dan aplikasi siaran digital Indonesia. Hal ini memberikan kesempatan bagi pengakses untuk memberikan feedback atau interaksi langsung jika ada hal yang belum di pahami dan membuat pengakses terkena paparan informasi yang sama namun dengan platform yang berbeda.

Penerapan Teknologi New Media dan Fitur yang digunakan

Teknologi new media yang digunakan oleh siaran digital Indonesia adalah penggunaan platform media sosial, aplikasi mobile, website, chatbot dan zoom. Pada siaran digital Indonesia, platform zoom digunakan untuk mendukung siaran langsung seperti webinar, workshop, siaran pers, rapat internal dan lainnya. Kemudahan yang diberikan platform ini meliputi fitur yang fleksibel seperti dapat mengundang ratusan peserta, berbagi layar, merekam pertemuan dan mudah untuk berintegrasi dengan aplikasi lainnya. Sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Sonya, bahwa:

"Paling kalau webinar kita sering pake kahoot biar interaktif, zoom and meet karna pas itu kan masih pandemic ya. Jadi gimana caranya bisa kena kesemua kalangan dan pelosok pelosok tapi via online. (Sonya, kelompok komunikasi dan edukasi publik (SMO&admin) Gugus Tugas)."

Sedangkan fitur yang digunakan untuk mendukung penyebaran informasi *analog switch off* pada akun siaran digital Indonesia yaitu:

- A. *Integrasi media sosial.* Akun siaran digital Indonesia melakukan intergrasi pada media sosialnya untuk menyebarkan informasi terkait *analog switch off* secara luas dan cepat. Dengan adanya integrasi ini memudahkan untuk meningkatkan jangkauan global, karena konten dapat dibagikan ke berbagai platform media sosial dalam satu waktu dan semakin lengkap. Hal ini sejalan dengan tujuan gugus tugas siaran digital Indonesia yang ingin mengubah pola penyiaran Indonesia dari analog menjadi digital. Sehingga diperlukan platform yang dapat menjangkau secara luas dan tak terbatas. Memanfaatkan media online ini merupakan strategi yang tepat untuk membantu memastikan bahwa konten yang buat dapat menjangkau seluruh segmentasi. Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada Sonya yaitu:

"Ya kita kan kominfo ya, makanya kita pakai semua platform, kalau instansi lain sih terserah ya tapi kalau kominfo kan jadi panutan. Malah kalau bisa kita pake teknologi yg lebih canggih lagi. (Sonya, kelompok kerja komunikasi dan edukasi publik (SMO&admin) Gugus Tugas)."

Pengelolaan media sosial juga lebih efisien dan dapat memperkuat branding. Serta setiap kekurangan yang ada akan ditutupi oleh konten media yang lainnya. Contohnya adalah kampanye migrasi *analog switch off* dipromosikan melalui

berbagai konten seperti flyer, infografis, dan video lalu disebar di berbagai media sosial.

- B. Live streaming. Fitur live streaming di manfaatkan pada platform youtube karena memungkinkan pengguna untuk menyiarkan konten secara realtime kepada penonton diseluruh dunia. Live streaming pada youtube juga memudahkan untuk bertanya langsung pada penyelenggara melalui kolom komentar serta penyelenggara dapat melihat statistic penonton dan jumlah interaksi selama live stream. Pada siaran digital Indonesia, fitur ini sering digunakan untuk memberikan informasi eksklusif mengenai migrasi *analog switch off* baik dalam bentuk pertunjukan rakyat, webinar, workshop dan sejenisnya. Seperti yang diungkapkan oleh Sonya bahwa:

“Live streaming juga biasanya untuk webinar. Webinar saat itu sering dilaksanain dalam seminggu bisa lebih dari 3-4 kali Nah itu salah satu sosialisasi onlinenya”. (Sonya, kelompok komunikasi dan edukasi publik (SMO&admin) Gugus Tugas).”

- C. Fitur notifikasi. Fitur ini terdapat pada aplikasi sinyalTVdigital, dimana pengguna dapat memperoleh informasi terbaru terkait perkembangan migrasi ke TV digital, termasuk daerah yang baru saja mendapatkan jangkauan sinyal TV digital.
- D. Fitur interaktif. Fitur interaktif seperti polling, kuis, dan komentar langsung yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi dan memahami lebih baik tentang *analog switch off*. Dalam pelaksanaan webinar sering kali menggunakan fitur ini. Salah satunya adalah kahoot. Kahoot adalah platform pembelajaran berbasis permainan yang digunakan untuk membuat, berbagi, dan memainkan kuis interaktif. Seperti yang diungkapkan oleh Sonya bahwa:

“Paling kalau webinar kita sering pake kahoot biar interaktif. Nah biasanya yang nanya juga dapet hadiah kayak e-wallet, set up box. (Sonya, kelompok komunikasi dan edukasi publik (SMO&admin) Gugus Tugas).”

Selain itu terdapat pula peta interaktif yang menunjukkan wilayah mana saja yang sudah atau akan mengalami *analog switch off*.

- E. Help centers. Selain chatbot, siaran digital Indonesia juga memiliki fitur help center melalui hotline 159. Dimana fitur tersebut menyediakan jawaban atas pertanyaan umum tentang *analog switch off*, panduan teknis, lokasi penjualan perangkat, pengaaduan masyarakat dan informasi terkait jadwal *analog switch off*.
- F. Diskusi. Fitur ini terdapat pada media sosial facebook dan whatsapp, dimana pengguna dengan minat yang sama saling berkumpul untuk bertanya, berbagi pengalaman, keluhan dan lainnya dalam satu grup. Fitur ini juga dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman masyarakat terkait migrasi *analog switch off*. Seperti yang diungkapkan oleh Sonya bahwa:

“Bahkan ada tuh di Whatsapp yang isinya masyarakat komunitas tadi, kita-kita, orang dalemnya juga kayak Kominfo, KPID, KPI juga, dari orang LPS juga ada. Misalnya pemancar mati, mereka bisa teriak-teriak disitu lah”. (Sonya, kelompok komunikasi dan edukasi publik (SMO&admin) Gugus Tugas).

Dengan melakukan penerapan teknologi new media dan menggunakan beberapa fitur yang ada. Jangkauan dalam penyebaran informasi terkait *analog switch off* menjadi lebih luas dan relevan. Informasi dapat disebarluaskan ke berbagai segmen masyarakat dengan lebih efektif dan interaksi yang dilakukan juga lebih aktif karena dapat memberikan

umpan balik. Sehingga meningkatkan kesadaran bagi masyarakat dalam memahami pentingnya migrasi ke TV digital.

Pembahasan

Siaran Digital Indonesia menerapkan strategi konvergensi media dengan mengintegrasikan berbagai platform dan teknologi new media untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi. Dengan memanfaatkan media sosial, aplikasi mobile, dan website, siaran digital Indonesia dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara bersamaan. Pendekatan ini memungkinkan penyampaian pesan yang konsisten dan memperkuat kesadaran masyarakat terhadap isu-isu penting, seperti migrasi dari siaran analog ke digital. Temuan ini sesuai dengan asumsi teori new media dimana dengan mengintegrasikan berbagai platform media online, siaran digital Indonesia dapat menjangkau masyarakat secara luas, termasuk daerah-daerah yang sulit dijangkau oleh media tradisional. Dengan jangkauan ini, informasi tentang *analog switch off* dapat disampaikan secara luas dan merata, menjangkau masyarakat di berbagai lokasi dan berbagai segmen. Contohnya program pertunjukan virtual dalam rangka bersiap digital pada daerah tertentu misalnya Nusa Tenggara Timur. Pertunjukan ini dapat disaksikan melalui online (*live streaming*), karena saat itu sedang pandemi covid, dimana pergerakan masyarakat terbatas karena ada peraturan yang membatasi kegiatan diluar rumah sementara waktu. Sehingga mau tidak mau gugus tugas harus tetap melaksanakan tugasnya untuk memberikan informasi terkait *analog switch off* pada daerah tersebut. Oleh karena itu acara ini dibuat online agar bisa menjangkau berbagai kalangan masyarakat, khususnya daerah masyarakat yang ditargetkan untuk *analog switch off* pada tanggal tersebut.

Selain itu, akun siaran digital Indonesia juga memanfaatkan fitur interaktif di media sosial seperti kolom komentar dan pesan langsung untuk berkomunikasi langsung dengan audiens. Masyarakat dapat mengajukan pertanyaan atau memberikan umpan balik secara real-time, yang kemudian dapat direspon oleh admin siaran digital Indonesia baik secara langsung ataupun dijelaskan melalui konten selanjutnya. Fitur interaktif ini memudahkan untuk komunikasi dua arah, sehingga komunikasi dapat berjalan efektif karena siaran digital Indonesia selaku komunikator dapat mengetahui informasi mana saja yang belum jelas dan belum dimengerti oleh audiens. Dengan memahami preferensi audiens melalui analitik media sosial, akun siaran digital Indonesia dapat menyesuaikan konten yang relevan dan menarik bagi berbagai segmen masyarakat. Misalnya, konten yang lebih teknis seperti webinar dan workshop disediakan untuk akademisi atau pihak yang berkepentingan, sementara konten yang lebih sederhana seperti web series, komik, komedi madura ditujukan untuk masyarakat umum. Sebuah konten dapat dikatakan bernilai apabila bisa menghasilkan minat dan keterlibatan khalayak, tetapi konten juga harus bisa menginformasikan dan mendidik.

Dengan menggunakan media online dapat memungkinkan audiens untuk ikut terlibat dalam penyebaran informasi atau konten migrasi *analog switch off* dan mendorong partisipasi aktif karena setiap individu dapat menjadi pembuat konten, menghasilkan dan membagikan informasi, dan berpartisipasi. Terbukti dari hasil wawancara dimana banyak masyarakat yang turut berpartisipasi dalam penyebaran informasi terkait *analog switch off* di media online, seperti ikut membuat konten tentang cara pemasangan set top box, alat yang dibutuhkan dan pengenalan dasar terkait migrasi *analog switch off*. Selain itu dengan adanya partisipasi dari pengguna seperti ini lebih mempermudah dalam penyampaian pesan

ke audiens, karena informasi yang dibagikan oleh sesama masyarakat atau orang yang dikenal cenderung lebih dipercaya dibandingkan informasi yang hanya disebar oleh otoritas atau media resmi. Ketika audiens terlibat dalam diskusi atau berbagi pengalaman pribadi terkait *analog switch off*, maka akan turut membantu memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap informasi tersebut.

Penggunaan media online pada siaran digital Indonesia membuat pertukaran informasi secara global dengan cepat sehingga berita dan informasi dapat menyebar lebih luas dan cepat, serta membawa dampak global. Semakin sering informasi tersebut dibagikan maka akan semakin cepat informasi tersebut menyebar sehingga dapat menimbulkan dampak yang beragam. Seperti kelangkaan *Set Top Box* (STB) atau kenaikan harga STB ketika menjelang *analog switch off* mandiri, dimana banyak oknum yang memanfaatkan momen tersebut untuk menaikkan harga STB dikala banyaknya masyarakat yang baru akan pindah ke tv digital ketika tanggal *analog switch off* mandiri telah ditetapkan. Dengan menggunakan statistik dari platform media online, Siaran Digital Indonesia dapat melakukan monitoring dan evaluasi dengan mengukur tingkat keterlibatan audiens, seperti jumlah like, view, dan komentar. Data ini memungkinkan untuk menyesuaikan strategi komunikasi dan konten yang disampaikan selanjutnya, sehingga lebih efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Berdasarkan analisis model *Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control* (SOSTAC) dalam strategi konvergensi media dan teknologi new media menunjukkan bahwa *Situation* di era digital saat ini persaingan media di Indonesia semakin kompetitif dengan audiens yang menuntut konten yang lebih personal dan interaktif. Dalam konteks ini, Siaran Digital Indonesia memanfaatkan berbagai platform media online untuk menyebarkan informasi, seperti artikel, video interaktif, dan infografis, guna menjangkau audiens yang lebih luas. Kekuatan yang dimiliki Siaran Digital Indonesia yaitu sebagai pusat informasi terkait migrasi dari siaran analog ke digital, dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Akun ini sering dijadikan rujukan oleh masyarakat, yang menunjukkan kekuatan dalam memberikan informasi yang relevan dan terpercaya. Sedangkan kelemahannya berupa kesulitan pada konsistensi pesan dan manajemen multiplatform. Siaran digital Indonesia dalam menyebarkan konten masih menggunakan format yang sama dan tidak menyesuaikan dengan karakteristik pada platform yang digunakan, melainkan hanya menyesuaikan formatnya saja. Ini terjadi karena adanya kekurangan pada sumber daya manusia sehingga produksi konten pada tiap-tiap platform kurang maksimal, sehingga hanya difokuskan pada beberapa platform saja seperti facebook dan Instagram.

Objectives atau Penetapan Sasaran dengan personalisasi konten dimana menyediakan konten yang relevan dan menarik bagi setiap segmen, misalnya untuk ibu-ibu bisa dengan konten web series sedangkan untuk akademisi bisa melalui webinar atau dialog interaktif dan anak muda bisa dengan konten komik. Selain itu juga bisa dengan kolaborasi dengan influencer atau tokoh lainnya. Influencer bisa dimanfaatkan pengaruhnya untuk memperluas jangkauan informasi.

Strategy yang digunakan oleh siaran digital Indonesia adalah memberikan informasi dasar terlebih dahulu untuk mengawali informasi terkait migrasi siaran tv digital selanjutnya bisa disesuaikan dengan pertanyaan-pertanyaan yang masuk melalui komentar atau Direc Message (DM). Informasi ini disajikan semestarik mungkin, bisa dengan menggunakan video interaktif, motion grafis, komik dan lainnya, termasuk pada platform

tiktok. Umumnya informasi yang ada pada platform tiktok bersifat santai, sehingga banyak instansi yang menyebarkan informasi dengan cara menari, acting dan lainnya. Namun admin siaran digital Indonesia tidak menggunakan jenis konten yang ada di tiktok ini demi menjaga citra kementerian.

Tactics yang digunakan oleh admin siaran digital Indonesia dengan mengintegrasikan berbagai platform media online untuk memposting konten dalam waktu yang sama namun dengan platform yang berbeda. Misalnya informasi terkait akan terlaksananya migrasi *analog switch off* di jabodetabek, maka admin akan memposting informasi tersebut melalui facebook, Instagram, twitter, tiktok, youtube, X, whatsapp dan formatnya disesuaikan dengan masing-masing platform.

Action atau imlementasi. Jenis konten pada siaran digital Indonesia dibuat berdasarkan keahlian masing-masing anggota kelompok kerja. Misalnya dari Direktorat Jenderal Informasi Komunikasi Publik (IKP) punya program dengan menggunakan komik sebagai salah satu jenis kontennya. Oleh karena itu, siaran digital juga dibuat dalam bentuk komik. Selanjutnya meliputi pemetaan dan integrasi media, pembuatan dan penyesuaian konten, penjadwalan dan distribusi konten, interaksi dan keterlibatan audiens, kolaborasi dengan mitra, serta evaluasi dan penyesuaian.

Control atau kendali pada siaran digital dalam penyebaran informasi di media online yaitu dengan kontrol konten, meliputi pembuatan, pengawasan dan penyesuaian format konten. Konten siaran digital Indonesia yang naik ke media online pasti melalui banyak tahapan terlebih dahulu, seperti dilakukan pengecekan oleh kelompok kerja terkait tentang kesesuaian informasi yang disajikan. Setelah itu menerapkan analisis data untuk mengukur kinerja dan keefektifan konten agar dapat memenuhi tujuan yang ingin dicapai. Admin siaran digital Indonesia juga mengukur keefektifan konten dengan melihat *like, komen, share* dari konten yang diposting. Data ini diperlukan untuk membuat laporan *engagement* media sosial yang buat perbulan selanjutnya untuk menentukan strategi berikutnya.

CONCLUSION

Siaran Digital Indonesia berhasil menerapkan strategi konvergensi media untuk menyebarkan informasi mengenai Analog switch off (ASO) dengan mengintegrasikan berbagai akun media online, yang memungkinkan untuk menjangkau audiens lebih luas dan beragam. Dengan memanfaatkan fitur teknologi new media seperti interaktivitas, partisipasi, dan personalisasi, siaran digital Indonesia dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan relevansi pesan. Melihat aspek kekurangan yang dimiliki oleh gugus tugas siaran digital Indonesia terkait dengan kurangnya sumber daya manusia maka diperlukan penambahan anggota sebagai admin media sosial. Penambahan sumber daya manusia ini akan memberikan konten yang lebih baik pada tiap platform karena tiap platform memiliki format dan segmentasi yang berbeda, sehingga diperlukan juga strategi yang berbeda pula. Meskipun menghadapi tantangan seperti konsistensi pesan dan keterbatasan sumber daya manusia, penelitian menunjukkan peningkatan pengetahuan tentang TV digital setiap bulan, menandakan strategi komunikasi yang diterapkan efektif.

REFERENCES

- Andjani, Made Dwi, Mubarak. (2018). Strategi Sosialisasi Migrasi Sistem Penyiaran Analog Ke Digital Di Jawa Tengah. *Jurnal ASPIKOM*, 3 (4), 755-766
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=E3Toc_QA_AAAJ&citation_for_view=E3Toc_QAAAAJ:LkGwnXOMwfcC
- Bungin, Burhan. 2022. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta:Rajagrafindo Persada
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Approaches*. New York: Sage Publications
- Dewi, Zuwidah, Muzakkir. (2022). Strategi Komunikasi Komisi Penyiaran Indonesia (Kpi) Aceh Dalam Mengoptimalkan Migrasi Televisi Digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*. 2 (2).
<http://jurnal.utu.ac.id/JIMSI/article/view/5834/3176>
- Flew, T. (2008). *New Media : An Introduction*. New York: Oxford University Press
- Griffin, E. (2014). *A First Look At Communication Theory*. New York: Mcgraw-Hill Companies.
- Khumairoh, Umi. (2021). Dampak Konglomerasi Media Terhadap Industri Media Massa dan Demokrasi Ekonomi Politik di Era Konvergensi Media. *Jurnal Pemikiran dan Riset Sosiologi* 2 (1), 63-78
<https://media.neliti.com/media/publications/514954-the-impact-of-mediaconglomeration-on-th-80b72fa7.pdf>
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika
- Panuju, Redi. (2018). *Pengantar Studi Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Paramedia grup
- Ruslan. (2019). Dampak Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Positif Dan Negatif Di Kecamatan Teunom, Kabupaten Aceh Jaya. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda
<https://repository.arraniry.ac.id/id/eprint/10835/1/Ruslan,%20411307063,%20FDK,%20KPI,%20085360319151.pdf>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv
<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>