

# Strategi Pemanfaatan YouTube Oleh Suara Surabaya di Era Konvergensi Media

<sup>1</sup>Andre Febrian Aryanto, <sup>2</sup>Amalia Nurul Muthmainnah, <sup>3</sup> Mohammad Insan Romadhan

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

andrefebrian2001@gmail.com

## **Abstract**

*The mass media industry has changed so much that it has an impact on the habits and way of life of the public audience in consuming a flow of information in a media. This is called the convergence phenomenon where many conventional media companies are now utilizing new media as an effort to maintain their media. This research aims to find out the description of YouTube Utilization Strategy by Suara Surabaya in the Era of Media Convergence. This research uses descriptive qualitative research methods. In this study using the theory of media wealth put forward by Daft and Lengel which sees whether YouTube media is included in media perfection. Media Convergence Henry Jenkins who sees that the phenomenon of cultural changes in society in consuming information flows in the media. The results of this study state that Suara Surabaya as a conventional media utilizes new media YouTube media as an effort to maintain the media by; connecting the broadcasted content to the digital social media platform YouTube, as well as building engagement with audiences to invite influencers in an effort to attract audiences. The conclusion of this research is that Suara Surabaya as a conventional media company has now carried out and developed expanding its content network which was originally only broadcast on air but now also utilizes new media because it turns out that the pattern of society leads to changing habits in consuming information in the media, especially for urban and millennial communities.*

**Keywords:** *YouTube, Media Convergence, Strategy, Radio*

## **Abstrak**

Industri media massa telah banyak berubah sehingga berdampak pada kebiasaan dan cara hidup masyarakat khalayak dalam mengkonsumsi suatu aliran informasi dalam suatu media. Ini disebut fenomena konvergensi dimana banyak perusahaan media konvensional kini memanfaatkan new media sebagai upaya mempertahankannya medianya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mendeskripsikan Strategi Pemanfaatan YouTube oleh Suara Surabaya di Era Konvergensi Media. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini menggunakan Teori kekayaan media dikemukakan oleh Daft dan Lengel yang melihat apakah media YouTube masuk pada kesempurnaan media. Konvergensi Media Henry Jenkins yang melihat bahwa fenomena perubahan budaya masyarakat dalam mengkonsumsi arus informasi di media. Hasil penelitian ini menyebutkan Suara Surabaya sebagai media konvensional memanfaatkan media YouTube media baru sebagai upaya untuk mempertahankan media dengan cara; menghubungkan konten yang disiarkan ke digital platform media social YouTube, serta membangun keterlibatan dengan audiens untuk mengundang influencer dalam sebuah upaya untuk menarik minat khalayak. Kesimpulan penelitian ini adalah Suara Surabaya sebagai perusahaan media konvensional kini telah melakukan dan mengembangkan memperluas jaringan kontennya yang awal hanya di siarkan secara on air tetapi sekarang juga memanfaatkan media- media baru karena ternyata pola masyarakat mengarah kesana terus berubah kebiasaan dalam mengkonsumsi informasi – informasi di media khususnya bagi masyarakat perkotaan dan milenial.

**Kata kunci:** *YouTube, Konvergensi Media, Strategi, Radio*

## **Pendahuluan**

Di era globalisasi ini, kebutuhan masyarakat akan data akan tetap besar. Melalui berbagai cara, masyarakat akan berusaha memenuhi kebutuhan akan fakta-fakta yang diinginkan melalui media cetak atau internet yang tersedia. Selain itu, hal ini dapat mempermudah masyarakat untuk mendapatkan data dengan cepat dan terjangkau. Posisi ekspansi media dalam mencerahkan informasi tidak dapat dilepaskan dari data yang dapat diakses oleh semua warga negara. Media sosial berkembang bersamaan dengan perkembangan teknologi, terlihat dari betapa mudahnya mengakses dan menggunakan media sosial di mana saja selama ada koneksi internet. Saat ini, jejaring sosial berfungsi sebagai platform untuk komunikasi dan juga sebagai alat untuk memudahkan penduduk mendapatkan informasi tentang pendidikan dan rekreasi. Kaum muda Indonesia dan seluruh dunia tertarik dengan platform media sosial yang terkenal seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube. Individu-individu muda ini terkadang disebut sebagai Generasi Z. (Widiastuti & Pratam, 2021) Media online, yang biasanya disebut sebagai media jaringan, media internet, atau media baru, memiliki karakteristik yang tidak dimiliki oleh media tradisional. Setelah media cetak dan elektronik, media online dapat dikatakan sebagai media generasi ketiga. Media online juga memiliki kemampuan untuk mempermudah penggunaannya yang tidak terkendala oleh waktu dan jarak, serta memungkinkan penggunaannya untuk melakukan multitasking, atau melakukan beberapa aktivitas sekaligus. Media online memiliki potensi untuk menawarkan materi dalam format apa pun secara bersamaan, termasuk audio, video, grafik, dan foto (multimedia). (Chandra, 2018)

Salah satu situs jejaring sosial yang sering digunakan orang adalah YouTube. Untuk Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim merupakan orang yang berjasa dalam mendirikan Youtube, menurut Edy Chandra (2017). Youtube Park berfungsi sebagai lokasi untuk mengunggah video dan membaginya dengan pengguna atau penonton online. Karena Youtube adalah salah satu platform media sosial yang paling populer, Youtube juga menyediakan layanan streaming langsung, yang memiliki kesamaan tambahan dengan kegiatan televisi tetapi berbeda karena pemirsa dapat secara langsung berbagi umpan balik dengan menulis ulasan. Hal ini membuat Youtube lebih menarik daripada televisi saat ini video, dari video hiburan, penyebaran data apalagi hingga dapat pula tentang keagamaan di youtube. Media cetak dan elektronik tidak lagi menjadi bentuk komunikasi massa yang eksklusif. Internet yang dianggap sebagai media baru kilat, telah berevolusi menjadi fasilitas ledakan informasi yang dibutuhkan masyarakat seiring dengan pertumbuhan teknologi. Internet disebut sebagai media baru karena memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai macam data. Internet masih bersifat lingkungan dan mencakup semua hal seperti sebuah kota. (Sedyaningsih, 2018) Perubahan dari konten SS yang didominasi hiburan menjadi konten data menandai awal dari kekhasan posisinya. Pergeseran dominasi materi ini berdampak pada model siaran 2 arah yang interaktif. Selain berbagi informasi, radio ini memiliki fitur yang sebanding dengan partisipasi pendengar atau yang bisa disebut sebagai (citizen journalism) jurnalisme warga. Model dua arah menampilkan radio sebagai komunikator yang terlibat dalam keterlibatan timbal balik dengan pendengar untuk menyampaikan pesannya. Radio Suara Surabaya memberikan kesempatan kepada pendengar untuk menyuarakan keluhan mereka, dan juga berusaha memberikan jawaban. (Faiqah, 2017)

Penelitian yang membahas tentang media konvensional yang melakukan konvergensi media di era digital sekarang ini sudah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu. Pada penelitian terdahulu diungkapkan bahwa Konvergensi media memungkinkan praktisi media massa untuk menggunakan berbagai media untuk menawarkan berita, informasi, dan hiburan. Dengan komunikasi yang terkonvergensi, Anda dapat memberikan berita dengan menggunakan berbagai teknologi, memilih tingkat keterlibatan, dan mengontrol bagaimana materi Anda disampaikan. Karena konvergensi media, pemirsa dapat terlibat dan bahkan berkontribusi pada konten media. Sekarang, audiens dapat memilih kapan, di mana, dan bagaimana mereka mengakses dan berinteraksi dengan semua jenis konten. (Wibisono et al., 2019) Penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yaitu peneliti meneliti mengenai strategi apa saja yang dilakukan Suara Surabaya dalam melakukan pemanfaatan Youtube di era konvergensi media seperti sekarang ini dalam mempertahankan eksistensinya serta memperluas jangkauan informasi terhadap audiens.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif deskriptif, karena disini peneliti ingin mendeskripsikan bagaimana strategi pemanfaatan YouTube oleh Suara Surabaya di era konvergensi media. Penelitian ini berfokus pada salah satu radio terkenal di Jawa Timur yaitu Suara Surabaya. Topik ini penting untuk diangkat karena peneliti melihat bahwa dalam melakukan konvergensi media itu tentunya juga erdapat ada strategi yang digunakan oleh radio konvensional untuk mempertahankan eksistensinya dan memperluas jangkauan informasi terhadap audiens.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini bersifat kualitatif, yang berarti tidak ada metode statistik atau perhitungan lain yang digunakan untuk mencapai kesimpulan. Bogdan dan Taylor mendeskripsikan metodologi sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati oleh peneliti. Jenis penelitian deskriptif digunakan dalam bidang ini. Menurut pendekatan penelitian yang dikenal sebagai tipe deskriptif, objek digambarkan dan ditafsirkan sesuai dengan apa adanya. Tujuan utama dari penelitian deskriptif adalah untuk mengkarakterisasi secara benar dan menyeluruh fakta dan kualitas item atau subjek yang diteliti. Tujuan pengumpulan data penelitian adalah untuk mendokumentasikan tindakan atau sifat-sifat sebagian atau seluruh peserta penelitian. Berbagai teknik dapat digunakan untuk mendapatkan data penelitian. Dalam penelitian kualitatif ini, ada tiga pendekatan yang berbeda untuk memperoleh data: melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik prosedur analisis data, yaitu langkah-langkah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. (Lexy J. Moleong, 2021).

### **Hasil dan Pembahasan**

Pemanfaatan konvergensi YouTube untuk mempertahankan media eksistensinya dan memperluas informasi jangkauan audies. Zaman teknologi canggih saat ini telah membuat penyiaran menjadi lebih mudah. Melalui peralatan dan internet, penyiar dapat mencari berita atau informasi apapun yang berkaitan dengan tema siaran. Konvergensi proses penciptaan informasi dalam penyiaran juga ditandai dengan kecenderungan ini. Kemajuan teknologi mempengaruhi tujuan media audiovisual yaitu menghasilkan inovasi baru agar dapat berkembang. Selain itu, komunitas mendengarkan dipengaruhi oleh konvergensi yang terjadi.

Saat ini, setiap orang memiliki akses mudah ke mendengarkan radio. Penyiaran memiliki keuntungan dari audiens yang luas dan tidak dibatasi oleh waktu atau geografi. Suara Surabaya juga menggunakan internet sebagai media penyiarannya. Melalui jejaring sosial, pendengar dapat mengakses siaran dan informasi yang ditayangkan. Banyak orang di era globalisasi saat ini memanfaatkan jejaring sosial YouTube untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan. Salah satu cara atau tata cara komunikasi media digital adalah YouTube.

Masyarakat dapat berkomunikasi dan mengakses berbagai informasi dalam bentuk program video secara cepat karena adanya media digital. Suara Surabaya mengutamakan konvergensi media sebagai cara lain untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Namun, konvergensi media penyiaran pada hakekatnya hanya membawa perubahan dan kemajuan, bukan menghilangkan berbagai tugas dan tanggung jawab dalam proses produksi. Produksi informasi mencakup berbagai peran seperti produser eksekutif, produser, direktur program, direktur musik, eksekutif produksi, penulis skenario, dan penyiar. Mengetahui semua peran yang dilakukan dalam proses produksi harus meningkatkan efisiensi dan daya tarik maksimum. Suara Surabaya sendiri punya cara, salah satunya dengan mengandalkan platform YouTube. Suara Surabaya menggunakan platform tersebut sebagai tempat dia dapat mengintegrasikan konten online ke dalam bentuk digital lainnya. Henry Jenkins mengklaim bahwa penggunaan beberapa media untuk tujuan yang sama pada waktu yang sama merupakan semacam perubahan teknis. Aplikasi teknologi informasi dan komunikasi yang mana itu akan terus berubah, yang berdampak pada pola pesan, konsumsi media, interaksi, dan proses pembelajaran. Platform Youtube karena saat ini memiliki trafik yang sangat amat baik dan luasa besaran di masyarakat, dan juga paling banyak akses dan digunakan oleh khalayak urban dan millennial sekarang, jadi lihatlah upaya Suara Surabaya dalam menggunakan jejaring sosial Youtube adalah upaya mereka untuk mempertahankan penonton di era digital ini.

Ada persaingan sengit di antara media untuk mendapatkan posisi sebagai akibat dari pesatnya pertumbuhan teknologi dan informasi. Salah satunya adalah radio, bentuk komunikasi massa klasik. Padahal banyak hal yang perlu dilakukan untuk bertahan di era media baru. Agar radio dapat terus melayani kebutuhan masyarakat mulai dari media, pendidikan, informasi, bisnis, dan hiburan, posisi radio sebagai media tradisional harus mampu berkembang menjadi media elektronik yang dilengkapi dengan teknologi terkini. Karena munculnya internet sebagai media baru, radio dan bentuk audiovisual lainnya masih bersaing satu sama lain untuk pemirsa dan dolar iklan. Saking banyaknya pemirsa yang memilih akses internet, media terpaksa berlomba menaikkan kaliber keluarannya. Menggabungkan media lama dengan media yang lebih kontemporer atau baru merupakan salah satu upaya media penyiaran untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi, namun juga harus tetap relevan di masyarakat. Dalam hal ini pemanfaatan YouTube dalam hal perencanaan kontennya, sinkronisasi konten dan distribusi konten, mengemas konten informasi menggunakan shorts YouTube, mengadakan program acara atau live streaming,clickbait pada konten-konten YouTube, mengundang influencer di YouTube (SuaraSurabaya NGUSIK)

Pemanfaatan konvergensi YouTube sebagai platform media di era konvergensi media unntuk mempertahankan eksistensinya yang mana dapat didorong oleh beberapa faktor dan pertimbangan. Berdasarkan hasil wawancara dengan manager produksi, bahwa suara Surabaya itu mengikuti suau perkembangan yang ada dan sebisa mungkin ada dalam semua channel-channel yang sedang populer dikalangan masyarakat atau khalayak. Itu adalah salah satu dari

bagian strateginya konvergensi pada Suara Surabaya itu sendiri dan juga tidak ketinggalan terhadap perbaruan media online bisa mengimbangi media media lain juga sekarang. Tak hanya itu, dengan pemilihan dan pemakaian YouTube ini bisa digunakan untuk bisnis pada media suara Surabaya itu sendiri. Yang mana sekarang itu perilaku para konsumen sekarang ini kebanyakan mengarah kesana semua pada media-media sosial paling rame traffiknya. Kanal YouTube sendiri juga bertujuan menjadi sumber konten Suara Surabaya. Kemampuan multimedia YouTube memungkinkan integrasi banyak format media, termasuk video, gambar, dan audio. Hal ini memungkinkan Suara Surabaya untuk membuat konten multimedia yang kaya yang meningkatkan aspek penceritaan dan interaktif dari berita dan program mereka. Ini memungkinkan informasi disampaikan dengan cara yang lebih dinamis dan menarik secara visual. YouTube menawarkan fitur interaktif seperti berkomentar, menyukai, berbagi, dan berlangganan.

Fitur-fitur ini memungkinkan Suara Surabaya berinteraksi langsung dengan audiensnya, mengumpulkan umpan balik, dan membangun komunitas seputar kontennya. Hal ini memungkinkan komunikasi dua arah dan meningkatkan rasa partisipasi dan keterlibatan di antara pemirsa. 3M dari strategi konvergensi media—multimedia, multichannel, dan multi platform—harus diterapkan dengan benar agar media audiovisual berhasil dalam konvergensi ini. 3 Tidak sekedar menjalankan salah satu dari ketiga taktik atau strategi konvergensi media, tetapi ketiganya harus saling berhubungan. Unit ini membutuhkan penyelesaian simultan. Mirip dengan bagaimana Radio Suara Surabaya dapat menggunakan konvergensi media untuk meningkatkan audiensnya dan tetap kompetitif di sektor penyiaran saat ini. Konvergensi Suara Surabaya dilakukan dalam beberapa tahapan sesuai dengan rencana konvergensi media, antara lain Multimedia, Multichannel, dan Multiplatform, di tengah persaingan industri penyiaran.

Multimedia, Untuk mencapai konvergensi media, media audiovisual harus mampu memproduksi dan menyampaikan informasi dalam berbagai format, antara lain teks, gambar, audio, video, dll. Informasi yang ditawarkan oleh media massa kini dapat berubah dan berbeda tergantung bagaimana cara penyampaiannya. atau disiarkan berkat penggunaan teknologi digital. Jika konten dibuat secara digital, multimedia ini layak dilakukan. Istilah "konvergensi media" menggambarkan kemampuan untuk menampilkan beberapa bentuk pada satu media. Suara Surabaya terus berupaya untuk menyampaikan ilmu yang berdampak baik bagi masyarakat dalam mencapai pertemuan tersebut. Untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat disajikan dalam bentuk gambar, video, audio, dan artikel. Hal ini memungkinkan untuk pertimbangan semua berita. Bahkan penggunaan multimedia ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap konten yang dikomunikasikan secara online.

Multichannel, Munculnya media baru, terutama jejaring sosial YouTube, dan konvergensi media berjalan beriringan. Karena, menurut pemahaman saya, konvergensi media mengacu pada penggabungan beberapa media menjadi satu kesatuan. Memanfaatkan dan mengoptimalkan berbagai strategi dan saluran distribusi informasi, baik fisik maupun digital, sambil mempraktikkan konvergensi media. Misalnya, informasi yang diperoleh diunggah melalui jejaring sosial selain disiarkan. Akibatnya, masyarakat mengkonsumsi berbagai macam informasi. Akses informasi di berbagai saluran baru-baru ini difasilitasi oleh jejaring sosial baru atau media online. Penonton dapat memilih dari berbagai macam media dengan beragam konten berkat multi-channel. Faktanya, media sosial yang netral usia tidak dapat

dipisahkan dari audiens saat ini. Lebih mudah bagi seseorang untuk memperoleh informasi yang masuk ketika mereka menggunakan media sosial.

Multiplatform, Dengan tersedianya beberapa perangkat untuk mengakses informasi, khususnya lintas platform, konvergensi media juga terjadi. Berbagai alat dan teknologi dapat digunakan untuk membuat dan mengakses materi media massa. Dimana alat dan perangkat tersebut perlu memiliki akses ke berbagai jenis media. Alat atau teknologi yang digunakan sangat membantu dalam menciptakan berbagai konten untuk radio dan media massa lainnya. Konsumen akan dapat merasakan item informasi melalui berbagai perangkat milik publik berkat teknologi lintas platform ini. mulai dari smartphone, komputer, laptop, dll. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer produksi Suara Surabaya, setiap berita atau informasi yang dipublikasikan ke jejaring sosial dapat diakses di semua saluran. gadget publik. Selain itu, masyarakat umum dapat mengunduh program untuk Android yang memungkinkan mereka mengakses stasiun streaming. Selain itu, perkembangan teknologi saat ini semakin meningkat. Setiap orang di masyarakat, tidak hanya remaja, memiliki gadget saat ini. sehingga siapa pun, di mana pun dapat mengakses informasi ini.

Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Suara Surabaya dalam mengimplementasikan konvergensi media berkaitan dengan produksi konten dengan menggunakan strategi 3M (Multi Media, Multi Platform, Multi Channel) yang berarti Suara Surabaya telah mencapai diversifikasi, untuk mengetahui bahwa Suara Surabaya telah melahirkan kontennya dalam berbagai media, seperti teks, audio, gambar sebagai gambar dan audiovisual sebagai video.. Kemudian Suara Surabaya juga menyiapkan dan menggunakan berbagai saluran atau media untuk menyebarkan kontennya yaitu media online berupa website, aplikasi dan media sosial yang ada. Selanjutnya, Suara Surabaya juga mengemas kontennya agar dapat diakses di berbagai platform selain media cetak, baik melalui komputer maupun smartphone. Strategi konvergensi media yang diterapkan Suara Surabaya dikatakan sesuai dengan pola konsumsi masyarakat Surabaya sendiri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dilihat dari Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory) dari keempat kriteria kesempurnaan media dalam media richness theory diterapkan melalui fitur yang ada pada youtube dan cara yang digunakan oleh Suara Surabaya di channel SuaraSurabayaMedia dalam penggunaan media sosial Youtube sebagai sarana untuk menyebarkan informasi digitalnya dan memperluas jangkauan informasi serta audiencinya dan untuk bertahan eksistensinya. Artinya media sosial Youtube diaman media yang masuk pada kesempurnaan media dalam media richness theory oleh Daft dan Lengel tahun 1984.

## **Penutup**

Berdasarkan data yang telah diolah oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini teori yang digunakan yaitu Konvergensi Media dan teori Kekayaan Media, yang mana konvergensi media juga merupakan aliran konten di berbagai platform media. Konvergensi Suara Surabaya dalam rangka persaingan dari industri penyiaran ketiga strategi konvergensi tersebut dikelola manajemen Suara Surabaya untuk menyediakan informasi yang tepat dan cepat. Dari sini kita bisa menyimpulkan bahwa Suara Surabaya dalam penerapan konvergensi medianya terkait dengan produksi konten memanfaatkan strategi 3M (Multimedia, Multiplatform, Multichannel) Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dilihat dari Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory) dari keempat kriteria kesempurnaan media

dalam media richness theory diterapkan melalui fitur yang ada pada youtube dan cara yang digunakan oleh Suara Surabaya di channel SuaraSurabayaMedia dalam penggunaan media sosial Youtube sebagai sarana untuk menyebarkan informasi digitalnya dan memperluas jangkauan informasi serta audiencenya dan untuk bertahan eksistensinya. Artinya media sosial Youtube diaman media yang masuk pada kesempurnaan media dalam media richness theory oleh Daft dan Lengel tahun 1984.

Rekomendasi teoritis untuk penelitian selanjutnya adalah Penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi tambahan masukan bagi para akademis di bidang ilmu komunikasi khususnya mengenai strategi konvergensi media agar bisa bertahan di tengah persaingan industri di era digital konvergensi seperti sekarang ini. dan dari teori yang dipakai dalam penelitian ini dapat memperkaya konsep atau teori yang menyokong perkembangan dalam ilmu komunikasi, khususnya pada peran dan kajian media baru (*New Media*) dan komunikasi informasi. Khususnya untuk mengetahui Strategi apa saja dalam melakukan pemanfaatan Youtube di Era Konvergensi Media. Dan diharapkan bagi peneliti selanjutnya ini perlunya ada penelitian lebih lanjut agar dapat menambah wawasan mengenai konvergensi media radio sehingga memperluas pengetahuan tentang dunia media konvergensi. Dan mungkin bisa menggunakan metode tertentu yang berbeda dan studi pada media yang masih kecil dan belum melakukan memaksimalkan strategi pemanfaatan terutama pada YouTube. Rekomendasi praktis yaitu Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Suara Surabaya untuk lebih memaksimalkan dan meningkatkan kinerjanya dalam memberikan informasi khususnya pada media Youtube kepada khalayak terutama di era konvergensi media saat ini. Selain itu, lebih memanfaatkan media yang ada dimiliki, sehingga seluruh sosial media biar bisa bersama-sama update informasi secara merata yang dibutuhkan terhadap masyarakat. dan untuk media-media diluar sana penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi media khususnya media berbasis radio yang mana akan menerapkan konvergensi media dalam melakukan startegi pengelolaan lewat Youtube di era sekarang ini.

## Daftar Pustaka

- Chandra, E. (2017). Youtube, citra media informasi interaktif atau media penyampaian aspirasi pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(2), 406-417. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassarvidgram. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 259-272 <https://doi.org/10.31947/kjik.v5i2.1905>.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sediyarningsih, S. (2018). Konvergensi media di era digital (eksploitasi media komunikasi dalam proses belajar mengajar di era digital). *Jurnal Pendidikan Terbuka Dan Jarak Jauh*, 19(1), 52-57. <https://doi.org/10.33830/ptjj.v19i1.317.2018>.
- Wibisono, I., Pawito, P., & Astuti, I. D. (2019). Kebijakan Redaksional Dalam Konvergensi Media (Studi Kasus Jawa Pos). *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 15(1), 1-16.