Jurnal Al-Maquro'
|Volume. 02|| No. 01 || Juni 2021
|| ISSN (Online) : 2774-7816 ||

TANTANGAN MEDIA KONVERGENSI DAN DIGITALISASI

Dinar Ayu Chandra Agustin
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta
Email: dinar.ayu@uta45jakarta.ac.id

Abstrak:

Konvergensi media merupakan integrasi dari berbagai fungsi media ke dalam satu media yang makin canggih. Sedangkan digitalisasi yakni proses alih (mengubah) bentuk cetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Tujuan digitalisasi adalah untuk efisiensi dan optimalisasi banyak hal, salah satunya adalah meningkatkan resolusi,suara, gambar agar lebih stabil. Konvergensi dan digitalisasi tidak dapat dipisahkan, tidak akan pernah ada konvergensi media yang lengkap dan benar tanpa adanya digitalisasi media. Sebaliknya digitalisasi merupakan konsekuensi logis dari pertumbuhan konvergensi media. Konvergensi dan digitalisasi merupakan implikasi dari perkembangan teknologi yang semakin canggih dan modern. Agar konvergensi dan digitalisasi dapat berjalan dengan baik maka harus menghadapi beberapa tantangan yakni, infrastruktur yang memadai, ketersedian modal, kesiapan dan sumber daya manusia, dan regulasi yang mengatur keduanya.

Kata Kunci: Media, Konvergensi, Digitalisasi

Abstract:

Media convergence is the integration of various media functions into one increasingly sophisticated media. While digitization is the process of transferring (converting) print, audio, and video forms into digital form. The purpose of digitization is for efficiency and optimization of many things, one of which is to increase the resolution, sound, image to be more stable. Convergence and digitalization cannot be separated, there will never be a complete and correct media convergence without media digitization. On the other hand, digitization is a logical consequence of the growth of media convergence. Convergence and digitalization are implications of increasingly sophisticated and modern technological developments. In order for convergence and digitalization to work well, they must face several challenges, namely, adequate infrastructure, availability of capital, readiness and human resources, and regulations governing both.

Keywords:*Media,Convergence,Digitization*

PENDAHULUAN

Konvergensi industri yang sejak beberapa tahun terakhir mulai terlihat geliatnya merupakan hasil integrasi dari industri baru dan tradisional. Konvergensi industri yang pertama kali terjadi ialah pada bidang industri media yang berhasil mengkolaborasikan sektor telekomunikasi, penyiaran dan penerbitan dalam satu bidang industri, terutama yang berbasis digital tekhnologi.

Kemajuan pada inovasi ICT telah memberikan dorongan baru mengenai bagaimana industri jasa bekerja, termasuk di dalamnya media. Melalui teknologi digital, jaringan jasa bermunculan dan menciptakan kemungkinan-kemungkinan baru dalam industri, didukung oleh interaksi-interaksi baru antara pemirsa dengan media serta antar pemirsa dengan pemirsa lainnya. Konvergensi media, yang merupakan konsekuensi dari kemajuan teknologi, menyelaraskan semua platform media (media siar, online dan media cetak) menjadi satu. Konvergensi media juga berarti suatu usaha untuk menggabungkan media konvensional dan media baru untuk menyebarkan berita, informasi dan hiburan.[1]

Kunci dari konvergensi adalah digitalisasi, karena seluruh bentuk informasi maupun data dirubah dari format analog ke format digital sehingga dikirim dalam satuan bit (binary digital). Istilah lain dari digitalisasi adalah konversi segala data yang bisa dibaca oleh komputer. Tren ini merupakan syarat mutlak agar data dapat didistribusikan melalui jaringan internet dan jaringan komputer lainnya. digitalisasi memungkinkan informasi selain lebih cepat tersebar juga bisa disimpan untuk kemudian diakses kembali dengan lebih cepat dan fleksibel.[2] Konvergensi dan digitalisasi tidak dapat dipisahkan, tidak akan pernah ada konvergensi media yang lengkap dan benar tanpa adanya digitalisasi media. Sebaliknya digitalisasi merupakan konsekuensi logis dari pertumbuhan konvergensi media. Artikel ini akan membahas bagaimana tantangan yang dihadapi oleh media dalam proses konvergensi dan digitalisasi.

[1] Borders, G. Lawson, *Media Organization and Convergence – Case Studies of Media Convergence Pioneers*. (Lawrence Erlbaum Associates Inc, New Jersey. 2006) hlm.ix
[2] Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunika*si, (Jakarta: Prenada Media Group), 2015 hlm.122.

PEMBAHASAN

a. Kovergensi

John Pavlik dan Shawn Mclntosh mengatakan tentang definisi konvergensi media, yaitu menyatunya telekomunikasi, komputer, dan media dalam lingkungan digital. Konvergensi dan perubahan yang dihasilkannya telah mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi. Prof Henry Jenkins dalam bukunya convergence Culture Consortium terbitan Massachussetts Institute of Technology, menyebutkan bahwa konvergensi yaitu aliran konten (informasi, gambar, audio, video, dan lain-lain) ke berbagai platform media, kerjasama antara berbagai industri media serta prilaku audiensi yang memakai berbagai media untuk mengkonsumsi konten.[3]

Konvergensi media merupakan suatu proses penyatuan atau perpaduan teknologi informasi dan komunikasi, media massa,dan media komunikasi konvensional. Konvergensi media yaitu penyatuan atau penggabungan berbagai media massa dan teknologi informasi ke dalam satu paket perangkat gadget yang makin memudahkan pemiliknya untuk mengakses berbagai informasi dan tayangan. Konvergensi media merupakan integrasi dari berbagai fungsi media ke dalam satu media yang makin canggih.[4]

Konvergensi media merupakan implikasi dari akumulasi perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih dan modern,[5] mendorong hasrat konsumen untuk dapat menggunakan media dimanapun, kapanpun dan dalam format apapun. Sehingga industri media harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan mempertahankan eksistensinya di industri media dan

[3] Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide*. (NYU Press: New York. 2006) dalam buku *Televisi & Masyarakat Pluralistik*, hlm. 188.
[4] Rahma Sugihartati, Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer. (Jakarta: Kencana), 2014, hlm. 87-88.
[5] Nugroho, Putri, dan Laksmi, 2012) - Nugroho, Y., Putri, DA., Laksmi, S. 2012. *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia (Edisi Bahasa Indonesia)*. Laporan. Bermedia, Memberdayakan Masyarakat: Memahami kebijakan dan tata kelola media di Indonesia melalui kacamata hak warga negara. Riset kerjasama antara Centre for Innovation Policy and Governance dan HIVOS Kantor Regional Asia Tenggara, didanai oleh Ford Foundation. Jakarta: CIPG dan HIVOS. Hlm. 111.

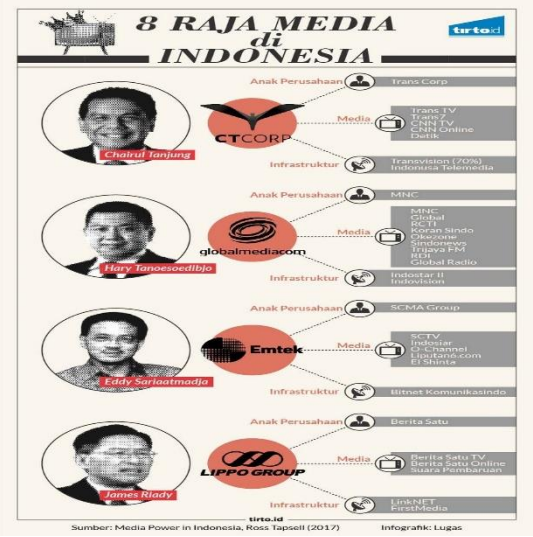
memperluas jaringan bisnis melalui berbagai platform media (multiplatform).[6] Oleh karena itu, konvergensi media merupakan kondisi yang tidak dapat dihindari oleh industri media, karena jika mengindarinya justru media tidak dapat maju atau bahkan jatuh.[7]

Dalam menjalani konvergensi media, industri-industri media diharuskan memiliki berbagai media (tidak bergerak dalam satu media saja) untuk menjalankan bentuk *multiplatform*. Bentuk ini memberikan keuntungan kepada industri media, selain untuk mengendalikan keberlangsungan industri tetapi juga untuk melengkapi dan menutupi kekurangan yang tidak dimiliki oleh media lainnya. Ada beberapa kategori konvergensi yang telah dilakukan pelaku industri media atau yang harus dilakukan di masa-masa mendatang dalam rangka tetap menjaga eksistensi media tersebut maupun pengembangan bisnis industri media yang lebih maju dan mengikuti perkembangan zaman. Salah satu cara dalam mempertahankan dan mengembangkan kekuatan dalam bisnis media adalah dengan cara melakukan konsolidasi antar perusahaan.

Bagi media-media besar, dibandingkan untuk menjalankan sebuah baru akan lebih menguntungkan jika melakukan akuisisi media-media yang lebih kecil darinya. Berbeda dengan media besar, media kecil dan menengah tidak dapat melakukan akuisisi maka mereka akan bergabung dengan media lain sehingga lebih besar dan dapat bertahan dalam arus konvergensi media yang berlangsung.

Saat ini industri media di Indonesia hanya dikuasi oleh 8 orang saja, yang berhasil bertahan dan mengembangkan perusahannya dengan mengakuisisi perusahaan lain, baik yang sejenis (media) maupun tidak, seperti dalam gambar berikut ini:[8]

[6] Andi Alimududdin, *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*, (Jakarta: Prenada, 2015).hlm. 188
[7] Hutama Epkamarsa, *Perkembangan Konvergensi Media di Indonesia*, (Fisip UI, 2014)hlm. 12.
[8] https://tirto.id/8-konglomerat-media-di-indonesia-via-jalur-media-tv-amp-cetak-cEv7



Konvergensi menyatukan industri-industri lain seperti IT, telekomunikasi, dan industri penyedia konten (yaitu industri media—cetak, televisi dan radio). Dengan penyatuan semua platform ini, satu perusahaan harus siap dengan semua kanal, dan hal ini membuat ekspansi bisnis menjadi satu pilihan yang menarik.[9] Namun kondisi tersebut bukannya menjadi kesan yang baik, namun justru dikhawatirkan membawa sejumlah dampak negatif, tidak hanya pada perkembangan kelangsungan sistem media di Indonesia, melainkan juga dampak pada isi atau konten yang disampaikan kepada masyarakat. Hal ini dapat merusak keberagaman informasi yang yang dibutuhkan masyarakat. Media-media yang ada tidak lagi memiliki banyak perbedaan, sehingga masyarakat tidak lagi memiliki banyak pilihan. dapat membayangkan bagaimana konvergensi media mempengaruhi industri media. Selain itu berakibat pada penurunan kualitas jurnalisme. Oleh karena itu perlu adanya regulasi yang jelas dalam mengatur konvergensi.

Jurnalistik tidak lepas dari proses konvergensi, Arismunandar menyebutnya dengan jurnalisme konvergensi, yakni melibatkan kerjasama antara jurnalis media cetak, media siar, dan media Web (online) untuk

[9] Nugroho, Putri, dan Laksmi, 2012) - Nugroho, Y., Putri, DA., Laksmi, S. 2012.hlm.112.

menghasilkan berita terbaik yang dimungkinkan, dengan menggunakan berbagai sistem penyampaian (delivery).[10]

Jurnalisme masa depan adalah jurnalisme multimedia. Cara bermedia harus berubah. Priodisitas yang menjadi milik dan ciri khas media cetak perlu diterobos lewat kedalaman dan kekhasan peliputan. News bukan laporan kejadian, tetapi *breaking news in the making*, yang sekarang dimakan media elektronik, apalagi media digital, dalam media cetak harus dikonstruksi dengan kedalaman, kelengkapan, mendudukan soal dan pengayaan nuansa. Dengan dukungan dari bentuk digital dan internet, multimedia menjadi ciri yang menonjol dalam penyampaian sebuah informasi berita dengan lebih dari satu bentuk.

Bentuk multimedia ini memberikan tantangan tersendiri bagi pada individu pelaku media massa. Keahlian yang mereka miliki harus lebih banyak jika dibandingkan dengan media konvensional sebelum konvergensi. Misalnya seorang jurnalis cetak harus mampi mengoprasikan alat dan melakukan proses editing video dan suara. Untuk itu perlu adanya penekanan dalam pendidikan untuk dapat mengikuti perkembangan konvergensi media, tidak hanya pada pekerja media yang muda saja tetapi juga pada yang senior.

b. Digitalisasi

Digitalisasi bukanlah hal baru di industri media khususnya di bidang penyiaran, yang sebetulnya telah dimulai sejak era 1970-an, yaitu digunakannya unit TBC (*time base corrector*) untuk proses sinkronisasi sinyal video dari luar sistem, dari sinyal analog yang diolah secara digital kemudian dikonversikan kembali keformat analog setelah mengalami proses sinkronisasi. Selanjutnya pada tahun 1980-an telah dipasarkan sebuah unit yang disebut dengan DVE (*digital video effect*). Hingga pada tahun 1998 di Inggris dan Amerika Serikat menjadi pelopor penyiaran digital, yang kemudian diikuti oleh beberapa negara maju lainnya di dunia. Penyebarannya yang paling meraya di

[10] Satrio Arismunandar adalah Produser Eksekutif di Divisi News Trans TV, dosen Ilmu Komunikasi di FISIP UI dan President University, dan saat ini sedang menempuh studi S-3 Ilmu Filsafat di FIB UI. http://satrioarismunandar6.blogspot.com/2010/11/memahami-konvergensi-media-media.html

negara Eropa dan Asia Timur, yang memiliki pengembangan teknologi penyiaran digital tercepat karena keseriusan pemerintahannya dalam mengeluarkan kebijakan yang mendukung perkembangan ini serta industrinya (telekomunikasi dan perangkat keras/ *hardware* penyiaran) yang tanggap terhadap kemajuan dan kebutuhan kemajuan teknologi penyiaran digital ini.[11]

Faktor lain yang mendukung lancarnya proses migrasi analog ke digital di negara-negara tersebut ialah jumlah industri penyiaran televisi siaran bebas di (swasta) di setiap kota yang hanya berkisar empat sampai tujuh stasiun televisi. Dengan demikian, pemerintah negara tersebut mudah memberikan alokasi kanal frekuensi kepada stasiun televisi yang memiliki izin penyelenggara penyiaran di setiap kota. Berbeda dengan kondisi di Indonesia yang memiliki Lembaga Penyiaran Swasta yang lebih dari 10. Dengan sistem siaran digital, beberapa stasiun swasta dapat bergabung dalam penyiaran dengan satu kanal digital yang diberikan oleh pemerintah. Penggabungan itu disebut dengan konsorium (biasanya satu kanal untuk empat sampai dengan enam saluran televisi) yang bekerja sama menyelenggarakan siaran televisi digital.[12]

Beberapa keunggulan apabila sitem penyiaran digital ini diterapkan yakni[13]:

1. Siaran digital memiliki kualitas gambar dengan warna yang beresolusi tinggi dan tajam
2. Siaran digital menghasilkan pengiriman gambar yang jernih dan stabil.
3. Siaran digital memiliki saluran banyak atau efisiensi spektrum/ kanal.
4. Teknologi digital tidak mengenal interfensi siaran. Sehingga kanal frekuensi yang tidak terpakai dapat digunakan untuk keperluan lain yang diperlukan oleh pemerintah

[11] Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*, (Jakarta: Kencana, 2013).hlm.309-310.
[12] Ibid, hlm.310-311.
[13] Farid Hamid dan Heri Budianto, *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*, (Jakarta: Kencana, 2016).hlm.72-75

5. Masa transisi dari analog ke digital dapat dimanfaatkan untuk membangun citra atau *image* baru.
6. Teknologi televisi digital merupakan konvergensi dan interaktivitas. Bukan sekedar diperuntukkan siaran televisi saja melainkan juga dapat digunakan untuk internet, komunikasi data, bahkan telepon, mengingat komunikasi dupleks (dua arah) yang dapat dilakukan teknologi digital.

Dunia teknologi digital yang cepat berkembang telah mengubah wajah media, yang kemudian akan mengubah struktur sosial kita. Industri media perlu bergerak cepat untuk menghadapi pesaing-pesaing baru, karena dengan digitalisasi, akan lebih mudah bagi para pendatang baru untuk memasuki industri dan hal ini berarti semakin banyak pesaing bagi pemain-pemain lama. Untuk beberapa pebisnis media, digitalisasi ini bahkan dilihat sebagai sebuah ancaman untuk industri media. Sehingga industri media harus berusaha tampil yang terbaik dalam segi kualitas teknik siarannya maupun kualitas konten dengan mengadopsi siaran digital untuk memperebutkan pangsa pasar dan mendatangkan *income* dari periklanan, yang tentunya persaingan ini akan sangat ketat.

Di Indonesia, Kementerian Komunikasi dan Informasi menetapkan tahun 2018 sebagai target 'Digital Indonesia.' Tahun tersebut akan menandai titik di mana Indonesia akan digital secara penuh dalam hal Informasi Komunikasi Teknologi dan media, meninggalkan teknologi analog yang selama ini dipakai. [14] Meskipun begitu, digitalisasi sangat bergantung pada infrastruktur. Sehingga pemerintah harus banyak mempertimbangkan hal ini dengan memastikan kesiapan masyarakat digital sebelum terburu-buru menuju digitalisasi keseluruhan. Infrastruktur yang dimaksud adalah teknologi atau alat yang digunakan untuk mendukung digitalisasi.

Pada tahap awal konsekuensi migrasi ke digital membutuhkan perangkat penerima yang cocok untuk seluruh televisi. Harga pesawat televisi digital saat ini masih sangat mahal, namun berpotensi turun sesuai dengan perkembangan

[14] Nugroho, Putri, dan Laksmi, 2012) - Nugroho, Y., Putri, DA., Laksmi, S. 2012.hlm.116.

teknologi yang pesat. Alternatif pemirsa yang berkantong tipis yang berdasarkan data sebagian besar pemirsa televisis di Indonesia, menjadi fokus perhatian. Sehingga masyarakat Indonesia yang beragam dalam hal sosial ekonomi, mesih perlu studi kesiapan masyarakat terhadap teknologi baru, yang sesungguhnya menguntungkan seluruh pihak. Yaitu pemerintah, industri media, dan masyarakat dari keseluruhan sektor.

Di beberapa negara di beberapa kawasan memiliki metode tersendiri dalam rangka migrasi teknologi analog ke digital. Di Indonesia pemerintah memiliki cara tersendiri yaitu dengan menyediakan *Set top box* (STB), yakni alat bantu yang mampu melayani penyiaran televisi digital dengan pesawat televisi analog.[15] STB berfungsi mengubah sinyal digital menjadi analog sehingga dapat dikonsumsi masyarakat luas. Dari berbagai sumber harga STB ini diperkirakan Rp. 300.000 sampai Rp. 450.000 per set.[16] Beragam usaha dilakukan pemerintah untuk menerapkan televisi digital, mulai dari langkah sosialisasi dan promosi secara on air, serta memasang label pada televisi analog untuk menginformasikan batas akhir penghapusan siaran analog, ternyata masih banyak pemirsa televisinya yang belum mengganti perangkat keras televisinya dengan digital.

Digitalisasi memang bukan hal baru di industri media, namun digitalisasi akan baru benar-benar berjalan dengan baik apabila pasarnya siap. Digitalisasi membutuhkan waktu dan kesiapan banyak pihak, tidak hanya industri media tetapi juga pemerintah yang harus menyiapkan regulasi digitalisasi, dan warga negara yang butuh akses perangkat digital. Hampir semua peralatan produksi yang dipakai oleh industri media adalah digital. Industri hanya sedang menunggu transisi dari sistem analog ke digital. Namun, ketika industri sudah siap untuk digitalisasi, pemerintah dan warga negara masih membutuhkan waktu untuk mempersiapkan diri mereka.

[15] Farid Hamid dan Heri Budianto, hlm.78.
[16] Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, hlm. 326.

PENUTUP/SIMPULAN

Konvergensi dan digitalisasi tidak dapat dihindari sebagai implikasi dari perkembangan teknologi dan perubahan zaman yang harus dihadapi oleh industri media. Tantangan konvergensi dan digitalisasi dihadapi oleh industri media terletak pada:

1. Infrastruktur

   Tantangan untuk melakukan konvergensi dan digitalisasi berasal dari minimnya infrastruktur. Infrastruktur yang dimaksud yang terkait dengan teknologi dan konektivitas. Infrastruktur penting agar indonesia bisa berpartisipasi dan menikmati dampak konvergensi digitalisasi secara optimal. Karena baik konvergensi maupun digitalisasi sangat bergantung pada teknologi, warga yang tidak paham teknologi akan tertinggal dan akhirnya menimbukan kesenjangan digital.

2. Ketersediaan Modal

   Dapat dibayangkan bagaimana konvergensi dan digitalisasi media mempengaruhi industri media. Kelompok-kelompok media besar dengan modal yang kuat bisa memperluas jaringan mereka untuk mendapatkan pasar dengan mengambil kanal-kanal yang tidak mereka miliki sebelumnya. Tetapi apa yang akan terjadi pada perusahaan-perusahaan media kecil yang tidak memiliki cukup modal untuk menambah kanal baru? Besar kemungkinan, mereka akan menyerah pada kelompok yang lebih besar.

   Oleh karena itu untuk bisa survive dan terus eksis, perlu adanya manajemen serta pengaturan modal yang harus dilakukan oleh industri media, yakni dengan beberapa strategi modal seperti subsidi silang dan lain sebagainya. Tidak dapat dipungkiri satu hal penting untuk mengikuti perkembangan teknologi dan perkembangan zaman adalah ketersediaan modal yang tidak sedikit.

3. Kualitas Sumber Daya Manusia dalam Industri Media: Kreatif dan Solutif

   Sumber daya manusia adalah suatu hal yang penting dalam kegiatan usaha apapun karena kualitas dari hal tersebut sangatlah menentukan kinerja

dari suatu perusahaan.[17] Industri media hanya akan bertahan apabila memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dalam mengelola dan menghasilkan konten agar berdaya saing tinggi. Era konvergensi dan digitalisasi media yang berlangsung saat ini memungkinkan profesional media menyampaikan berita dan menghadirkan informasi dan hiburan tak hanya dalam satu platform media, oleh karena itu pekerja media perlu lebih kreatif dalam menyediakan konten kepada khalayaknya.

Selain kreatif industri media membutuhkan sumber daya manusia yang dapat menghadirkan program atau konten yang faktual dan solutif. Sehingga apa yang disampaikan tak hanya menimbulkan minat dan perhatian tapi dapat membantu khalayak untuk melakukan sesuatu

4. Regulasi konvergensi dan digitalisasi

Warga negara pasti akan terpengaruh oleh konvergensi dan digitalisasi media, oleh karena itu agar dalam industri media dapat berjalan dengan baik dan menguntungkan berbagai pihak, maka perlu adanya perhatian pemerintah terkait regulasi khusus yang mengatur konvergensi dan digitalisasi media.

[17] Eric Alamzah Limawandoyo dan Augustinus Simanjutak. Pengelolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada PT. Aneka Sejahtera Engineering, Jurnal Manajemen Bisnis Petra Vol. 1, No. 2, (2013) hlm.1.

DAFTAR PUSTAKA

Alimududdin, Andi. (2015). *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*, Prenada Media Group: Jakarta.

Borders, G. Lawson. (2006) *Media Organization and Convergence – Case Studies of Media Convergence Pioneers*. Lawrence Erlbaum Associates Inc: New Jersey

Djamal, Hidajanto., &Andi Fachruddin. (2013) *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Kencana: Jakarta.

Epkamarsa, Hutama. (2014). *Perkembangan Konvergensi Media di Indonesia*. Fisip UI: Jakarta.

Hamid, Farid., & Heri Budianto. (2016). *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Kencana: Jakarta.

Jenkins, Henry. (2006) *Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide*. NYU Press: New York.

Limawandoyo, Eric Alamzah & Augustinus Simanjutak. (2013). Pengelolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada PT. Aneka Sejahtera Engineering, Jurnal Manajemen Bisnis Petra Vol. 1, No. 2

Mufid, Muhammad. (2015). *Etika dan Filsafat Komunikas*i. Prenada Media Group: Jakarta

Nugroho, Putri, dan Laksmi. (2012). *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia (Edisi Bahasa Indonesia)*. Laporan. Bermedia, Memberdayakan Masyarakat: Memahami kebijakan dan tata kelola media di Indonesia melalui kacamata hak warga negara. Riset kerjasama antara Centre for Innovation Policy and Governance dan HIVOS Kantor Regional Asia Tenggara, didanai oleh Ford Foundation. Jakarta: CIPG dan HIVOS.

Sugihartati, Rahma. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer.* Kencana: Jakarta

http://satrioarismunandar6.blogspot.com/2010/11/memahami-konvergensi-media-media.html

https://tirto.id/8-konglomerat-media-di-indonesia-via-jalur-media-tv-amp-cetak-cEv7