

Konvergensi Media Di MAPTV AL-NUR PALEMBANG

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Srata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Penyiaran (Broadcasting)



OLEH :

**ROBATAN HASANA
(07031181520055)**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Konvergensi Media Di MAPTV AL-NUR Palembang

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

Oleh :

**ROBATAN HASANA
07031181520055**

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing, Desember 2020

Pembimbing I

**Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001**

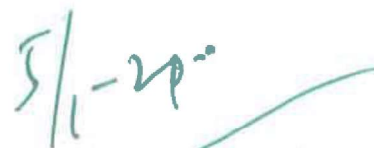


Pembimbing II

**Fisal Nomaini, S.Sos., M.Si
NIP. 198411052008121003**



Mengetahui,
Ketua Jurusan,



**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

“Konvergensi Media Di MAPTY AL-NUR PALEMBANG”

**Skripsi
Oleh :**

**ROBATAN HASANA
(07031181520055)**

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 15 Januari 2021**

Pembimbing :

1 Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

2 Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si
NIP. 198411052008121003

Penguji :

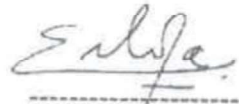
1 Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP. 199209132019032015

2 Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si
NIP. 199309052019032019

Tanda Tangan



Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004**

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Robatan Hasana
NIM : 07031181520055
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 27 Januari 1997
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Konvergensi Media Di MAPTV AL-NUR Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



Robatan Hasana
NIM. 07031181520055

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*”

(QS. Al-Insyiroh : 6)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul **Konvergensi Media Di MAPTV AL-NUR Palembang.**

Adapun tujuan dari penulisan proposal penelitian ini adalah sebagian syarat untuk memenuhi sebagian persyaratan demi mencapai derajat sarjana Strata1(S1) Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya pada masa sempro dan komprehensif saya tahun 2021.
3. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Dr. Retna Mahriani, M.Si selaku Dosen Pembimbing ke-I, terima kasih atas saran, bimbingan dan motivasi yang diberikan.
5. Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M. Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing ke-II, terima kasih atas saran, bimbingan dan motivasi yang diberikan pada masa tahun 2021.
6. Kedua orang tua dan saudara yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya dan telah sabar menghadapi setiap rintangan menemani saya untuk menyelesaikan tugas ini.
7. Terutama kepada suami saya Ilham Ariyanto yang tercinta yang telah membersamai saya untuk menyelesaikan tugas skripsi saya dengan melalui berbagai banyak rintangan dan juga anak saya Naila nurzulia dan Muhammad Fathir tersayang.

8. Kepada Stasiun Televisi MAPTV Al-Nur Palembang beserta staff pengurus yang telah memberikan izin serta kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian di MAPTV Al-Nur Palembang.
9. Rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan bantuan langsung maupun tidak langsung. Terima kasih atas semangat dan doanya. Terutama kepada kak Halah dan juga Intan Rosfero yang telah membantu saya mendapatkan informasi dan penjelasan baik pada pembuatan skripsi saya maupun dukungan materi dan material lainnya.
10. Beserta sahabat saya Aranta Sanches beserta suami kak Hendri dan Yuk Ana yang setiap mendukung dan menemani saya di dalam perjuangan penyelesaian skripsi dan lika liku setiap ujian yang datang beberapa tahun belakangan ini.
11. Terutama pada teman seperjuangan saya Piky Herdiansyah yang telah sabar membimbing saya untuk menyelesaikan setiap kesulitan saya dalam memahami pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari proposal skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikannya sehingga tulisan ini memberikan manfaat bagi pembaca khususnya bidang Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran.

Indralaya

Robatan Hasana

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRAC.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Menurunnya Angka Penonton Harian MAP TV Al-Nur Palembang ..	3
1.1.2 Tingginya Pengguna Internet	7
1.1.3 Karakteristik Milenial yang serba Praktis menjadi Target Penonton MAPTV	11
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat teoritis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori.....	21
2.2.1 Komunikasi	21
2.2.2 Media Massa	23
2.2.3 Televisi.....	24

2.2.4	Strategi	26
2.2.5	Mediamorfosis : Sebuah Strategi Transformasi Konvergensi Media ..	28
2.2.6	Transformasi.....	32
2.2.7	Konvergensi Media	33
2.2.8	Media Sosial.....	33
2.3	Teori Yang Digunakan.....	50
2.4	Kerangka Pemikiran.....	52
BAB III METODE PENELITIAN		55
3.1	Desain Penelitian.....	55
3.2	Definisi Konsep.....	55
3.2.1	Strategi	55
3.2.2	Transformasi.....	55
3.2.3	Konvergensi Media	56
3.2.4	Media Sosial.....	56
3.3	Fokus Penelitian	57
3.4	Unit Analisis Penelitian	60
3.5	Key Informan	60
3.6	Data dan Sumber Data	61
3.6.1	Data	61
3.6.2	Sumber Data.....	62
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.7.1	Wawancara Mendalam.....	63
3.7.2	Observasi.....	63
3.7.3	Dokumentasi.....	64
3.8	Teknik Analisis Data.....	64
3.8.1	Reduksi Data	65
3.8.2	Penyajian Data.....	65
3.8.3	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	66
3.9	Keabsahan Data.....	66
3.9.1	Tringulasi Sumbe	67
3.9.2	Triangulasi Teknik	67
3.9.3	Tringulasi Waktu.....	67

BAB IV GAMBARAN INSTANSI	68
4.1 Profil MAPTV	68
4.2 Motto	69
4.3 Legalitas	69
4.4 Pengelola LPK MAPTV AL-NUR Palembang.....	70
4.5 Logo MAPTV	71
4.6 Akses	72
4.7 Target Audience/Pemirsa	72
4.8 Pembagian Program	72
BAB VPEMBAHASAN	74
A. Konvergensi Media di MAPTV AL-NUR Palembang.....	74
5.1 Koevolusi dan Koeksistensi	80
5.1.1 Adanya bentuk media yang berubah	84
5.1.2 Adanya media yang beradaptasi.....	92
5.2 Metamorfosis	98
5.2.1 Media lama berubah bentuk	100
5.2.2 Media lama tetap di pertahankan	104
5.3 Pewarisan	09
5.3.1 Media yang baru mewarisi sifat media lama.....	111
5.3.2 Adanya identitas yang sama.....	114
5.4 Kemampuan Bertahan	116
5.4.1 Media baru memiliki pangsa pasar.....	120
5.4.2 Adanya pemasukan tetap.....	123
5.5 Peluang dan Kebutuhan.....	130
5.5.1 Adanya penonton yang lebih banyak	130
5.5.2 Pemilihan media oleh audien	134
5.6 Pengadopsian yang Tertunda	137
5.6.1 Adanya proses penerimaan yang lama	139
BAB VI PENUTUP	143
6.1 Kesimpulan	143
6.2 Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA	146

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survey Penonton MAP TV AL-NUR Palembang pada Siaran 47 UHF ...	6
Tabel 1.2 Pengelompokan Generasi menurut Putra pada Kajiannya di Tahun 2016.....	12
Tabel 2.1 Tesis Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Indonesia 2012	17
Tabel 2.2 Tesis Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Pasundan 2016	18
Tabel 2.3 Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan, Vol. 1, No 2, 2017	20
Tabel 4.1 Kegunaan Media Sosial	42
Tabel 3.2 Fokus Penelitian Konvergensi Media MAPTV AL-Nur Palembang.....	57
Tabel 5.1 Temuan Dimensi Koevolusi dan Koeksistensi	84
Tabel 5.2 Temuan Dimensi Metamorphosis	99
Tabel 5.4 Temuan Dimensi kemampuan bertahan.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survey APJII Pengguna Internet di Indonesia pada Tahun 2018	8
Gambar 1.2 Hasil Survey APJII Peningkatan Pengguna Internet dan Penduduk di Indonesia pada Tahun 2018	9
Gambar 1.3 Hasil Survey APJII Pengguna Internet Per Provinsi di Sumatera dari Seluruh Pengguna Internet	10
Gambar 1.4 Hasil Survey APJII Pengguna Internet di Setiap Provinsi Wilayah Sumatera dari Jumlah Penduduk di Setiap Provinsi	11
Gambar 1.5 Hasil Survey APJII Pengguna Internet Berdasarkan Umur pada Tahun 2018	15
Gambar 2.1 Tampilan Sosial Media Facebook MAPTV	43
Gambar 2.2 Gambar Tampilan Sosial Media YouTobe MAPTV	44
Gambar 2.3 Tampilan Sosial Media Instagram MAPTV	46
Gambar 2.4 Tampilan Sosial Media Website MAPTV	47
Gambar 2.5 Tampilan Sosial Media Aplikasi Android MAPTV pada Google Play Store.	48
Gambar 4.1 Peresmian MAPTV AL-Nur Palembang.....	68
Gambar 4.2 Berkas Legalitas MAPTV AL-NUR Palembang	69
Gambar 4.3 Logo MAPTV AL-NUR Palembang	71
Gambar 5.1 Tampilan Website dan Media Sosial yang dimiliki oleh MAPTV AL-Nur Palembang.....	83
Gambar 5.2.1 Pemberitaan Televisi Analog akan di suntik Mati menunggu Jokowi Tanda Tangan UU Cipta Kerja	101
Gambar 5.4 Peningkatan tayangan penonton/pemirsa MAPTV pada Facebook “MAPTV Palembang”	118
Gambar 5.4.2 Hail pendapatan MAPTV setelah melakukan Adsense.....	128
Gambar 5.5.1.1 Berita tentang kurangnya minat pemirsa/penonton televisi	132
Gambar. 5.5.1.2 Hasil Studi Nielsen Durasi Pengguna Media Komunikasi Massa di Indonesia pada Tahun 2018	133
Gambar 5.2.2.1 Hasil Survey APJII Peningkatan Pengguna Internet dan Penduduk di Indonesia pada Tahun 2018	135

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran Strategi Transformasi Konvergensi Media MAPTV AL-Nur.....	53
Bagan 4.1 Struktur Pengelola LPK MAPTV AL-Nur Palembang.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Hasil Wawancara dengan Pihak MAPTV AL-NUR Palembang	151
LAMPIRAN 2 Hasil Wawancara dengan penonton 1	165
LAMPIRAN 3 Hasil Wawancara dengan penonton 2	174
LAMPIRAN 4 FOTO-FOTO	181
LAMPIRAN 5 Hasil Tes Plagiat	182
LAMPIRAN 6 Lembar Bimbingan Skripsi	184

ABSTRAK

Televisi komunitas merupakan sistem media penyiaran televisi yang berasal dari suatu organisasi atau kelompok yang memiliki pemahaman dan pemikiran yang sama, televisi komunitas tidak lepas dari undang-undang penyiaran dalam melakukan siarannya sehingga menyebabkan beberapa keterbatasan dalam melakukan siaran termasuk untuk mendapatkan banyak penonton dan pemasukan sebagai penghasilan penyiaran, dengan perkembangan media komunikasi saat ini, adanya media sosial yang media yang mudah dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja ini dapat membantu televisi komunitas untuk metode MAPTV dalam mengakses siaran MAPTV sehingga terjadinya konvergensi media yang menggabungkan media baru (new media) dengan media lamanya dalam melakukan siaran untuk mempermudah mengakses siaran dan menarik minat masyarakat pada siaran agama terutama Agama Islam sebagai bentuk syiar Agama Islam. Penelitian ini menggunakan teori mediamorfosis Roger Fidler (2003) yang mencakup beberapa dimensi, diantaranya yaitu koevolusi dan koeksistensi, metamorfosis, pewarisan, kemampuan bertahan, peluang dan kebutuhan, pengadopsian yang tertunda. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat strategi transformasi dari konvergensi media yang terjadi pada stasiun MAPTV. Jenis penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dengan metode kualitatif, yang menjadi key informan adalah penanggung jawab lapangan MAPTV dengan teknik analisis data dengan reduksi data beserta menyajikan data yang di dapatkan. Hasilnya yang pertama bahwa MAPTV telah melakukan proses konvergensi media, yang kedua bahwa MAPTV masih dapat bertahan dengan adanya perubahan media sehingga batasan yang menjadi hambatan pada MAPTV dapat berkurang sehingga MAPTV masih mengudara dan mendapatkan peningkatan pemirsanya penonton serta mudah untuk mengakses siaran MAPTV.

Kata Kunci: Konvergensi, MediaMorfosis, MAPTV,

Pembimbing I



Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si
NIP.196012091989122001

Pembimbing II



Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si
NIP.198411052008121003

Indralaya, 15 Januari 2021

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP.196406061992031001

ABSTRACT

Community television is a television broadcasting media system originating from an organization or group that has the same understanding and thought, community television cannot be separated from the broadcasting law in carrying out its broadcasts, causing several limitations in broadcasting including getting a lot of viewers and income as income. broadcasting, with the current development of communication media, the existence of social media which is easy and accessible media anywhere and anytime can help community television for the MAPTV method of accessing MAPTV broadcasts so that there is media convergence that combines new media with media length of broadcasting to make it easier to access broadcasts and attracting public interest in religious broadcasts, especially Islam as a form of Islamic religious broadcasts. This study uses Roger Fidler's (2003) theory of mediamorphosis which includes several dimensions, including coevolution and coexistence, metamorphosis, inheritance, survival, opportunities and needs, delayed adoption. The purpose of this research is to see the transformation strategy of media convergence that occurs at MAPTV stations. This type of research uses in-depth interviews with qualitative methods, the key informant is the person in charge of the MAPTV field with data analysis techniques with data reduction and presenting the data obtained. The first result is that MAPTV has carried out a media convergence process, the second is that MAPTV is still able to survive with changes in media so that the restrictions that become obstacles to MAPTV can be reduced so that MAPTV is still on air and gets an increase in viewers / viewers and it is easy to access MAPTV broadcasts.

Keywords: Convergence, Media Morphosis, MAPTV,

Pembimbing I



Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si

NIP.196012091989122001

Pembimbing II



Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si

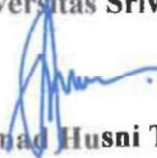
NIP.198411052008121003

Indralaya, 15 Januari 2021

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP.196406061992031001

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media adalah alat sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator (media) kepada khalayak. Istilah “Khalayak” dalam pengertiannya paling luas nyaris identik dengan “masyarakat”. pada yang berjudul *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Hafied Cangara, 2014), media yang dimaksud ialah media yang digolongkan ada empat macam, yaitu media antarpribadi, media kelompok, media publik, dan media massa.

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan atau penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak(penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, radio, majalah, koran dan yang lainnya.(Hafied Cangara, 2014) Media komunikasi tersebut masih sangat cukup familiar didengar oleh beberapa khalayak saat ini, namun dengan perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup manusia (khalayak) saat ini media komunikasi telah menghadirkan media baru, dimana media komunikasi ini memiliki koneksi yang terhubung melalui jaringan internet yang disebut dengan media baru (*New Media*).

“Media baru adalah sebuah terminologi (istilah atau penggunaannya) atau kata-kata khusus yang digunakan untuk menyebutkan sesuatu hal tentang perubahan skala besar dalam produksi media, distribusi teknologis, harfiah, konvensional dan budaya.”(Martin Listen, dkk : 2009)

Perkembangandidalam mengakses siaran televisi dengan adanya media baru yang hadir di kalangan masyarakat saat ini mampu mengakses informasi, hiburan dan sebagainya di kalangan masyarakat dengan alat teknologi atau media selain radio, televisi, majalah dan sebagainya dengan cepat. karena untuk saat ini media seperti televisi, radio dan lainnya pun telah beralih pada media baru dalam menyebarluaskan suatu tayangan dan informasi yang mereka siarkan. Dengan media baru yang di kenal saat ini seperti internet (Facebook, Instagram, Youtube,

dsb), siaran digital dan TV kabel termasuk pula dengan media baru dapat menjadi pilihan alternatif bagi pemirsa dalam mengakses ataupun menikmati siaran tersebut.

Terutama pada TV kabel (stasiun berlangganan) yang merupakan suatu sistem media televisi bagi kostumer dengan sinyal frekuensi radio yang dipindahkan bagi televisi dengan fiber opticyang tetap dan kabel jaringan sebagai lawan bagi metode over the airdigunakan pada penyiaran televisi tradisional dengan melalui gelombang radio menjadi antena radio yang diperlukan. Bergabungnya media massa atau media komunikasi ini disebutlah dengan konvergensi media yang terjadi saat ini. pada media komunikasi seperti televisi, radio, koran, dan sebagainya bergabung dengan media massa seperti media sosial yang terdiri dari Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan masih banyak media yang lainnya dan itulah yang dinamakannya konvergensi media. Konvergensi media bukan hanya tentang perkembangan media saja, namun berawal dari perkembangan teknologi, cepatnya perkembangan teknologi begitu pesatsehingga hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya, hidup serta khalayak.

Perubahan tersebut mampu membantu peningkatan minat penonton pada siaran televisi terutama pada televisi lokal maupun komunitas. dimana cakupan televisi ini sangat sedikit dan tidak dapat dijangkau oleh penonton diluar komunitas maupun wilayah tersebut, dengan adanya media baru mampu membantu siaran televisi ini dengan mudah untuk dijangkau oleh penonton menggunakan media sosial bukan hanya itu perkembangan televisi lokal terkhusus di Kota Palembang masih sangat sedikit yang terdiri dari 3 televisi yaitu PAL TV, Sriwijaya TV, IGM TV, yang dimana ini termasuk saingan bagi MAPTV sebagai televisi komunitas dan juga televisi lokal berbasis dakwah yang ada di Kota Palembang, adanya perubahan ini membantu bagi televisi untuk mudah diakses bagi penonton dengan konvergensi media.

Konvergensi atau *convergence* secara harfiah adalah dua benda atau lebih bertemu/bersatu di suatu titik; pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat, atau secara umum, konvergensi adalah penyatuan berbagai layanan dan teknologi komunikasi serta informasi (*ICTS-Information and Communication Technology and Services*). Artinya konvergensi merupakan runtuhnya penghalang lama yang sebelumnya memisahkan ICTS antara industri dan industri, antara

aplikasi dan aplikasi, antara produser dan konsumen antara negara dan negara. Fidler mengartikan bahwa mediamorfosis sebagai transformasi media komunikasi yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan politik serta berbagai inovasi sosial dan teknologi.

Pada stasiun televisi MAPTV Al-Nur yang berawal dari televisi komunitas serta televisi dakwah yang kini memberanikan diri untuk mengikuti perkembangan teknologi, media dan industri penyiaran saat ini. MAPTV Al-Nur televisi komunitas berbasis dakwah di Kota Palembang saat ini merupakan televisi yang masih mampu bertahan untuk bersiaran selama 6 tahun di Kota Palembang, termasuk di Indonesia, karena televisi ini satu-satunya televisi masjid yang ada saat ini. Dengan segala aturan dan ketentuan yang dihadirkan oleh KPI(Komisi Penyiaran Indonesia) bahwa jarak frekuensi yang diizinkan oleh televisi komunitas pada 2,5km dari pemancar, dengan keterbatasan yang ada televisi komunitas sangat kecil kemungkinan mampu menyaingkan diri dengan televisi-televisi lokal maupun nasional. namun, dengan keterbatasan yang dimiliki tidak semata-merta membuat televisi ini hilang ataupun mati begitu saja. Dengan perkembangan teknologi dan media kini mampu membantu televisi ini tetap bertahan dan hadir dengan memiliki khalayak penonton yang menonton tayangan serta mengikuti perkembangan siarannya melalui media-media televisi tersebut.

Maka dari itu peneliti memberi judul proposal skripsi ini dengan “**Konvergensi Media pada MAP TV AL-NUR Palembang**” dan adapun alasan peneliti memilih judul tersebut sebagai berikut :

1.1.1 Menurunnya Angka Penonton Harian MAP TV Al-Nur Palembang

Masjid Agung Palembang adalah masjid terbesar yang ada di Kota Palembang, masjid yang memiliki sejarah besar bagi kebudayaan di dunia dengan tiga corak budaya negara yang dapat dilihat pada bentuk tekstur bangunan yang bercorak Indonesia, Eropa dan Cina. (sumber: id.www.wikipedia.org)

Berbagai kegiatan yang diadakan oleh pengurus Masjid Agung Palembang merupakan sebagai bentuk dakwah islami dalam menyiarkan agama Islam. Dengan berbagai juru bicara sebagai pembicara/penceramah serta Ustadz/Ustadzah, Kyai, ataupun Ulama yang memberikan fatwa-fatwanya untuk mensyiarkan agama Islam

sebagai bentuk untuk memfasilitasi umat beragama islam dalam menimbah ilmu agama dan menjadikan panduan dalam memperbaiki diri.

Dengan perkembangan dan perubahan yang terjadi saat ini baik pada gaya hidup, perilaku dan kebutuhan manusia itu sendiri, mendapatkan sebuah peluang besar bagi Masjid Agung Palembang dalam menjalankan perannya sebagai memakmurkan masjid serta menyiarkan dakwah agama Islam. Dari hal inilah Masjid Agung Palembang (MAP) menjadikan dirinya sebagai salah satu lembaga media penyiaran televisi komunitas, yang dimana media penyiaran televisi komunitas merupakan lembaga yang bergerak dibidang pelayanan siaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan dari beberapa orang/kelompok/komunitas tertentu, yang bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayahnya yang terbatas, serta sebagai kepentingan komunitas seperti memenuhi kebutuhan pada khalayak yang beragama islam.

Perubahan yang dilakukan oleh MAPTV dalam menyiarkan agama Islam dalam membuat lembaga penyiaran merupakan bentuk transformasi MAP terhadap dirinya, dengan perubahan kecil yang dilangkahkan oleh MAP ini pada MAPTV Al-Nur yang masih melembaga penyiaran komunitas. Dengan berbagai kekurangan yang masih banyak, membuat MAPTV ini sulit untuk diakses oleh masyarakat sekitarnya terutama masyarakat Kota Palembang karena batas jangkauan yang dimiliki oleh MAPTV masih sangat kecil pada jarak jangkau dalam penerimaan saluran siaran MAPTV.

Dengan keterbatasan pada MAPTV Al-Nur yang merupakan lembaga penyiaran komunitas, yang memiliki keterikatan kuat pada aturan undang-undang seperti hanya dapat menjangkau jarak 2,5 km, tidak diperbolehkannya beriklan, untuk itulah sangat sedikit mendapatkan penonton pada siarannya, terlihat dari hasil rating audien MAPTV. *Rating*, ialah suatu perkiraan karena perhitungannya didasarkan pada jumlah pesawat televisi yang digunakan oleh satu kelompok audien yang dijadikan sampel, dan sampel tidak akan pernah menghasilkan ukuran yang mutlak (absolut) tetapi hanya perkiraan. (Morissan, 2008:384) tidak hanya sebagai sampel yang menghasilkan ukuran atau perkiraan, namun *rating* juga hal

yang sangat penting karena pemasang iklan selalu mencari stasiun penyiaran atau program siaran yang paling banyak ditonton atau didengar orang/khalayak. Namun, sayangnya didalam penyiaran televisi komunitas tidak dapat diizinkan atau tidak diperbolehkan untuk adanya siaran iklan dan sebagainya. (Morissan, 2008:379)

Berdasarkan hasil data yang didapat dari Pengurus MAPTV bahwa jumlah penonton MAPTV berdasarkan jaringan UHF (*Ultra High Frequency*), yaitu gelombang elektromagnetik dengan frekuensi antara 300 MHz sampai dengan 3 GHz. Dimana panjang gelombang berkisar dari 1 sampai 10 desimeter atau sekitar 10 cm sampai 1 meter. (wikipedia.org) bahwa penonton MAPTV berdasarkan wilayah yang menjadi cakupan wilayah sebagai sample random sampling didalam survey, yang dimana setiap wilayah diambil sebagai perwakilan dari tiap wilayah untuk dijadikan perwakilan penonton dan mengukur bahwa setiap wilayah dapat mengakses siaran MAPTV dengan 5 wilayah yang memiliki perwakilan penonton dan dengan wilayah lainnya menjadi 10 penonton dari hasil perwakilan wilayah yang didapat dan untuk mengukur frekuensi penonton.

Dengan jumlah 18 channel stasiun televisi baik lokal, negara dan swasta di Kota dan dengan estimasi penduduk Kota Palembang 8,497,200 jiwa dan 96% orang menonton televisi berdasarkan indikator bahwa setiap rumah memiliki televisi dan pasti ada yang menonton dan pemirsa 5,33%, dengan jumlah viewer 1,530,956 viewer untuk itu didapatkan hasilnya pemirsa 47 UHF MAPTV 1500 pemirsa berdasarkan cakupan frekuensi dibawah 5kg atau dengan peraturannya 2kg pada UU Penyiaran dengan estimasi penonton 900 penonton karena yang menonton siaran MAPTV kebanyakan orang yang berada di usia lanjut usia atau 60-65 tahun keatas. Maka dari rating lah dapat kita lihat penonton MAPTV Al-Nur, bukan untuk sebagai kemajuan namun melihat seberapa banyak dan sering penonton menonton siaran MAPTV dengan keterbatasannya. Jika penonton saja sangat sedikit bagaimana televisi tersebut dapat menarik perusahaan/lembaga untuk bekerjasama dengan stasiun tersebut. Untuk itu dapat kita lihat hasil *rating* MAPTV AL-Nur tergolong sedikit penonton namun banyak memiliki viewer saja bukan pemirsa seperti yang tertulis dibawah ini :

Tabel 1.1 Hasil Survey Penonton MAP TV AL-NUR Palembang pada Siaran 47UHF

LOKASI	INDIVIDU
19 Ilir	2
Bukit Besar	1
Kertapati	1
Jakabaring-Bidar	3
Mato Merah	1
<i>Lupa</i>	2
Jumlah	10
Warga Palembang	8,497,200
Jumlah televisi	18
Penonton televisi	96%
Jumlah pemirsa (jt/pt)	5,33
Jumlah viewer ((wp/jp)*100)	1,530,956
Pemirsa berkuensi berdasarkan cakupan frekuensi	1500

(Sumber : Hasil Survey MAPTV Al-Nur Palembang)

Maka dari hasil survey tersebut penonton dan cakupan siaran 47UHF MAPTV masih sangat kecil dan dari hasil survey tersebut penonton televisi ini dapat terbagi dengan siaran channel televisi lainnya baik lokal, swasta maupun negara. Dimana MAPTV merupakan salah satu masjid yang memiliki televisi dan dikategorikan televisi dakwah satu-satunya di Kota Palembang, maka seharusnya televisi ini dapat mudah dan menjadi channel utama bagi penonton karena penduduk Indonesia

dominan merupakan beragama Islam yang didapat dari *Globalreligiousfuture* pada tahun 2018 berjumlah 209,12 juta jiwa atau sekitar 87% dari populasi dan Kota Palembang penganut beragama Islam berjumlah 1,585,176 juta jiwa dan untuk menjadikan siaran tersebut sebagai pembelajaran serta wawasan bagi pedoman kehidupan sehari-hari. Hasil survey tersebut diluar dari Bulan Ramadhan, jika memasuki Bulan Ramadhan channel 47UHF MAPTV akan mengalami peningkatan karena siaran yang disajikan sangat mendukung keadaan di Bulan Suci Ramadhan tersebut.

Sedikitnya penonton berdasarkan UHF tersebut berbeda dengan subscriber pada awal channel Youtube MAPTV yang mencapai 664 juta subscriber dan meningkat pada keberadaan 3 tahun akun MAPTV berjalan pada bulan Mei-Juni pada tahun 2018 menjadi 221,3 juta Subscriber.

1.1.2 Tingginya Pengguna Internet

Televisi telah menjadi sumber utama dari sosialisasi dan informasi sehari-hari (kebanyakan dalam bentuk hiburan) dari populasi heterogen yang lainnya. Menurut Gerbner, daripada media massa lain, televisi sudah mendapatkan tempat yang signifikan didalam kehidupan sehari-hari dan menjadi dominasi “lingkungan simbolik” manusia dengan cara menggantikan pesannya tentang realitas bagi pengalaman pribadi serta sarana mengetahui dunia lainnya (McQuail, 1987:245) Maka dari inilah dapat disimpulkan bahwa televisi mampu menjadi pengaruh bagi penontonnya sehingga apa yang ditampilkan dilayar kaca dapat dipandang sebagai sebuah kehidupan yang nyata didalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, televisi memang masih sangat erat di kehidupan manusia sendiri saat ini.

Karena media massa diyakini memiliki kekuatan yang dahsyat untuk mempengaruhi sikap dan perilaku bahkan mampu untuk mengarahkan masyarakat seperti apa yang di bentuk di masa yang akan datang serta membimbing dan mempengaruhi kehidupan di masa kini dan masa yang akan datang. Dengan perkembangan media massa saat ini televisi ternyata dapat bersaing oleh media massa baru yang mampu mempengaruhi kehidupan sehari-hari dalam masyarakat, yang dimana hal ini membuat televisi beralih pada media massa yang

dikenal dengan *Internet*. Internet (media komunikasi maya, media *superhighway*) memiliki kecepatan mengirim, memperoleh informasi serta sebagai penyedia data yang *spopisticated*. Karena 30 tahun lalu orang tidak bisa membayangkan bahwa komputer yang berbasis internet akan menjadi perpustakaan dunia yang dapat diakses melalui satu pintu yang dinamakan *World Wide Word* (www). Internert juga sebagai media antarpribadi dengan pengiriman pesan dalam bentuk *electric mail* (e-mail), pesan yang dikirim dapat diterima pada detik yang sama tanpa mengenal jarak, ruang serta waktu.

Berdasarkan data yang saya dapat lihat pengguna internet di Indonesia saat ini, sebagai berikut :

Gambar 1.1 Hasil Survey APJII Pengguna Internet di Indonesia pada Tahun 2018



(sumber: www.apjii.or.id)

Dengan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 264,161,600 juta orang banyak sekali yang menggunakan internet sebagai kebutuhan dalam menjalankan aktivitas mereka sehari-hari. Berdasarkan data survei di tahun 2018 pengguna internet mencapai 171,176,716,8 juta jiwa atau 64,8% pengguna internet di Indonesia, yang meningkat dari hasil survei tahun 2017 yaitu 143,26 juta jiwa atau 54,68% pengguna internet dari jumlah penduduk saat itu mencapai 262 juta orang. Pada jumlah pengguna internet tersebut menunjukkan adanya pengadopsian atas internet bagi masyarakat sebagai bentuk inovasi didalam masyarakat, dimana hal tersebut ditekankan oleh Rogers bahwa ada 5 sifat inovasi yang terjadi sehingga hal

tersebut dapat digunakan yaitu : keuntungan relatif, kesesuaian, kompleksitas, kepercayaan dan kelazimannya.

Pada hasil survey yang telah dilampirkan dan adanya proses inovasi yang diadopsikan dalam penggunaan internet ini dapat meningkat, karena peningkatan yang didapat cukup drastis dalam satu tahun. Peningkatan pengguna internet di Indonesia saat ini selama satu tahun cukup meningkat dengan cukup cepat dandinggi yang mencapai 27,916,716 juta jiwa atau 10,12% pengguna internet dari jumlah penduduk yang meningkat menjadi 0,63% juta orang dalam satu tahun pada gambar hasil survey dibawah ini :

Gambar 1.2 Hasil Survey APJII Peningkatan Pengguna Internet dan Penduduk di Indonesia pada Tahun 2018



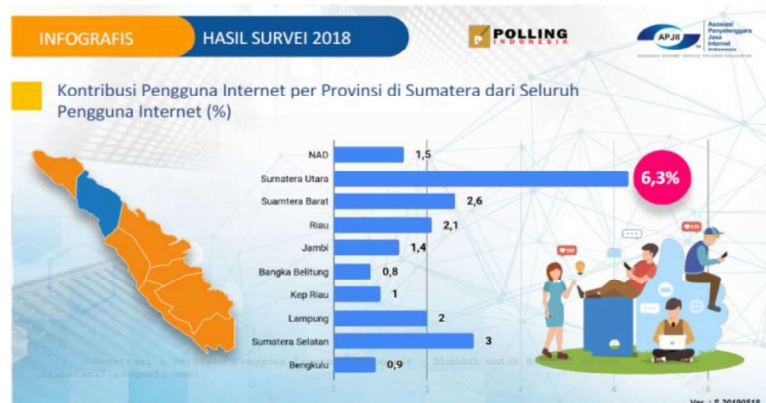
(sumber: www.apjii.or.id)

Peningkatan yang terjadi pada pengguna internet di Indonesia menjadi salah satu bentuk adanya perubahan teknologi yang saat ini terjadi, perubahan yang dapat dikatakan transformasi ini merupakan kontribusi yang mendukung transformasinya media di negara manapun termasuk Indonesia yang telah menyebar keberbagai lapisan kota dan desa yang ada didalamnya. Pada jumlah penduduk Indonesia yang terus meningkat dengan cepatnya perubahan status penduduk dan jumlah populasi yang akan hadir di suatu negara, termasuk Indonesia, pengguna internet pun akan dapat mengalami perubahan dengan pertambahannya populasi penduduk tersebut.

Dengan hasil survey yang didapatkan terdapat 10 wilayah yang dijadikan sebagai perhitungan survey pengguna internet termasuk Sumatera Selatan yang mencapai 3% dari jumlah penduduk Indonesia yang menggunakan internet.

Pengguna internet untuk wilayah Sumatera saja mencapai 21,6% pada wilayah tersebut, dan perubahan tersebut mencakup pada wilayah Sumatera Selatan mencapai 3% pengguna penduduk di wilayah tersebut atau sejumlah 64,4% dari jumlah penduduk Sumatera Selatan dengan perbandingan 35,6% dari yang tidak menggunakan internet.

Gambar 1.3 Hasil Survey APJII Pengguna Internet Per Provinsi di Sumatera dari Seluruh Pengguna Internet



(sumber: www.apjii.or.id)

Maka dari hal inilah bahwa pengguna internet sangatlah banyak dan terus meningkat dengan bertambahnya penduduk setiap wilayah dan cepatnya perubahan dan inovasi yang terjadi sehingga internet menjadi sangat berdekatan erat dengan masyarakat dan penduduk baik didalam kebutuhan bekerja, hiburan dan bagi pengusaha-pengusaha besar termasuk seperti perusahaan televisi maupun media lainnya.

Gambar 1.4 Hasil Survey APJII Pengguna Internet di Setiap Provinsi Wilayah Sumatera dari Jumlah Penduduk di Setiap Provinsi



(sumber: www.apjii.or.id)

Sehingga perubahan atau transformasi media ini akan terjadi dengan zamannya yang dimana setiap orang maupun perusahaan masih sangat erat menggunakan jaringan internet dengan berbagai macam konten, beserta aplikasi yang berhubungan satu dengan yang lainnya.

1.1.3 Karakteritik Milenial yang serba Praktis menjadi Target Penonton MAPTV

Pada buku *Statistik Gender Tematik*, 2018, generasi adalah suatu kontraksi sosial yang terdapat sekelompok orang yang memiliki umur yang sama dan pengalaman cerita yang sama. Generasi ini merupakan mereka yang lahir di satu bagian generasi dengan memiliki dimensi sejarah dan keadaan sosial yang sama pada jangka waktu 20 tahun. Generasi sudah memiliki perbedaan dari tiap generasi dengan berdasarkan rentang waktu dan kejadian-kejadian yang sama, perbedaan generasi ini pertama kali di populerkan oleh Neil Howe dan William Strauss pada tahun 1991 dan di lakukan juga oleh peneliti-peneliti lainnya dengan pembagian generasi pada label yang berbeda-beda namun memiliki makna yang sama. (Manheim, 1952)

Kata millennial sendiri dicetuskan pertama kali oleh William Strauss dan Neil pada bukunya yang berjudul *Millenials Rissing : The Next Great Generation* (2000) dan kata tersebut diciptakan pada tahun 1987 pada saat anak-anak lahir pada tahun 1982 masuk pra-sekolah. Pada kelompok lulusan SMA ditahun 2000 media mulai terhubung dengan milenium. Namun, jika didasarkan pada Generation Thoery yang dicetuskan oleh Karl Mannheim di tahun 1923, generasi millennial adalah generasi yang lahir di umur 1980 sampai dengan 2000 yang disebut dengan generasi Y dan sebutan ini mulai digunakan pada koran Amerika Serikat pada tahun 1993.

Terdapat 6 pendapat terhadap penyebutan millinial yang disebutkan di dalam buku *statistik gender tematik* (2018) memiliki berbagai sebutan dengan rentang umur yang tidak jauh berbeda, yaitu : Tapscott (1988) menyebutkan Digital Generation (1976-2000), Howe & Strauss (2000) menyebutkan Millennial Generation (1982-2000), Zemke Et Al (2000) menyebutkan Nexters (1980-2000), Lancaster & Stillman (2000) menyebutkan Generation Y, Martin & Tulgan 2002 menyebutkan

Millinials (1981-1999), Oblinger & Oblinger (2005) menyebutkan Post Millinials (1995-Present).

Disamping generasi sebelum generasi milenial, ada generasi setelah generasi milenial disebut Generasi Z yang lahir rentang tahun 2001 sampai dengan 2010. Generasi Z ini merupakan peralihan dari Generasi Y atau generasi milenial pada saat teknologi sedang berkembang pesat. Pola pikir Generasi Z cenderung serba instan. Namun sebagai catatan, generasi tersebut belum akan banyak berperan pada bonus demografi Indonesia pada 2020. Terakhir adalah Generasi Alpha yang lahir pada 2010 hingga sekarang.

Generasi ini adalah lanjutan dari generasi Z yang sudah terlahir pada saat teknologi semakin berkembang pesat. Mereka sudah mengenal dan sudah berpengalaman dengan gadget, smartpone dan kecanggihan teknologi lainnya ketika usia mereka yang masih dini. Pada tahun 2016 yang bernama Putra membagi didalam kajiannya perbedaan tentang generasi sebagai berikut :

Tabel 1.2 Pengelompokkan Generasi menurut Putra pada Kajiannya di Tahun 2016

Sumber	Label				
Tapscott (1988)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation(1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13th Generation (1961-1981)	Millenial Generation (1982-2000)	-
Zemke Et Al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-2000)	-
Lancaster & Stillman (2000)	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers	Generation Y	-

Martin & Tulgan 2002	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Millinials (1981-1999)	-
Oblinger & Oblinger (2005)	Maataures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Gen-Xers (1965-1980)	Gen-Y/NetGen (1981-1995)	Post Millinials (1995-Present)

Sumber : Theoretical Review; Teori Perbedaan Generasi oleh Yanuar Surya Putra (2016)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa generasi millinial adalah generasi yang lahir di rentang tahun 1980-2000. Generasi millinial ini memiliki karakteristiknya sendiri dalam kehidupannya sehingga dapat dikatakan bahwa mereka adalah generasi yang memiliki kategori sebagai generasi yang sesuai dengan zaman dan trennya yang ada pada saat itu.

Berbagai macam karakteristik millenial yang membuat dirinya menjadi serba instan sehingga apa yang dilakukannya mudah untuk didapatkan dan dikerjakan dengan keadaan yang ada baik itu menggunakan smartphone dan internet yang berkembang dengan pesat saat ini. Karakteristik millinial yang instan dan serba praktis ini memiliki berbagai karakteristik yaitu :

1. Menggunakan Alat Komunikasi Media Teknologi Digital

Generasi millinial ini dibesarkan oleh dengan adanya kemajuan teknologi yang terjadi dimasanya (sekarang). Dengan karakteristik tersebut terdapat ciri-ciri dari generasi millinial ini yang dimana mereka merupakan generasi yang kreatif, informatif, mempunyai passion, dan mereka juga produktif.

2. Komunikasi yang Terbuka

Dimana generasi millinial ini hampir seluruh tiap individunya memilih menggunakan ponsel pintar sebagai alat komunikasinya. Dengan alat komunikasi tersebut mereka mampu melakukan apapun, baik itu hanya sekedar berkirim pesan singkat, mengakses situs pendidikan, bertransaksi bisnis online hingga memesan

jasa transportasi online. Dengan hal inilah generasi ini mampu menciptakan berbagai peluang baru seiring dengan perkembangan teknologi yang mutakhir.

3. Pengguna Media Sosial yang Fanatik

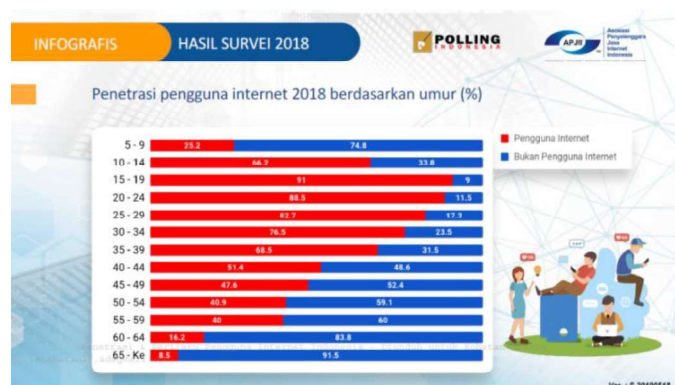
Generasi millinial tidak lepas dari yang namanya internet dan teknologi canggih di segala aspek kehidupannya. Karena perkembangan teknologi yang sekarang berinovasi dengan cepat dan canggih sehingga perubahan kehidupan generasi ini sangat erat dengan media sosial baik untuk mencari informasi, pekerjaan atau hanya sekedar mencari hiburan di dunia maya. Generasi ini pun menjadikan media sosial sebagai bentuk menyalurkan kreatifitas dan passion mereka baik dengan memposting atau mengupload kegiatan mereka, baik aktivitas kerja ataupun hanya sekedar mencari sensai dan di hiburan pada media sosial yang mereka miliki seperti facebook, youtube, instagram atau aplikasi hiburan yang sangat populer saat ini seperti tiktok,tinder dan masih banyak lainnya.

4. Lebih terbuka pada pandangan Politik dan Ekonomi

Generasi millinial bisa menerima dan mengikuti perkembangan politik dan ekonomi negara yang terjadi, dan mereka ikut andil dalam menaspirasikan pendapatnya terhadap politik dan ekonomi yang terjadi.

Generasi ini akan selalu mencoba hal-hal baru yang akan dan telah hadir dimasanya baik itu teknologi, aplikasi dan barang yang dapat mereka gunakan sebagai alat mempermudah aktivitas mereka. Seperti yang dapat dilihat dari hasil survey dibawah ini bahwa pengguna internet sangat tinggi dikalangan millennial dengan cakupan umur 15-19 tahun.

Gambar 1.5 Hasil Survey APJII Pengguna Internet Berdasarakan Umur pada Tahun 2018



(sumber: www.apjii.or.id)

Berdasarkan hasil survey APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pengguna internet di tahun 2018 kebanyakan generasi millinial ialah generasi yang berada pada usia 15-19 dengan nilai 9% dan 20-24 tahun pada nilai 88,5% dari penduduk Indonesia berdasarkan umur. Maka dari itulah generasi millinial sangat erat menggunakan teknologi internet dan menjadikan segala aspek kehidupannya pada media teknologi canggih baik pada internet dan media sosial yang berkaitan dengannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan peneliti di atas dan dengan alasan-alasannya maka dari itu terdapat rumusan masalah peneliti dalam proposal skripsi ini yaitu :

“Bagaimana strategi transformasi konvergensi media di MAPTV AL-NUR Palembang ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan penulis dalam penelitian ini ialah tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Strategi Transformasi Konvergensi Media Di MAPTV AL-NUR Palembang, agar dapat mengetahui bahwa MAPTV merupakan media yang telah mencoba keluar dari zona nyamannya sehingga dapat beradaptasi dengan media yang hadir saat ini sehingga dapat bertahan dengan persaingan media yang terjadi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini bisa menjadi bermanfaat bagi Prodi Ilmu Komunikasi terkhususnya Konsentrasi Broadcast Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sebagai ilmu dan wawasan bagi mahasiswa yang ingin menyelesaikan perkuliahannya di Prodi Ilmu Komunikasi terkait Strategi Transformasi Konvergensi Media Di MAPTV AL-NUR Palembang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi bagi Stasiun TV komunitas dan termasuk Televisi Lokal Kota Palembang. Untuk mengembangkan siarannya saat ini yang menjadi TV Masjid pertama di Kota Palembang sebagai media dakwah agar menjadi lebih populer dan bermanfaat bagi pemirsa serta mendapatkan dukungan besar bagi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah untuk menyediakan tayangan bergenre Islami sehingga masyarakat (pemirsa) lebih mudah mengenal dan memahami ilmu-ilmu agama yang saat ini sudah banyak memiliki aliran dan berkembang pesat kepada masyarakat serta mudah dalam mengakses siaran televisi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abu Yasid, Fiqh Realitas, *Respon Ma'had Aly Terhadap Wacana Hukum Islam Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005, hlm.312.

A Michael, "Videotex: Anatomy of a Failure", *Information Management* (1985:9), 105.

Bland Michael, dkk, *Hubungan Media yang Efektif*, Erlangga, Jakarta, 2001.

Brian Winston, "How Are Media Born and Developed?" (*Dalam*) John Downing, Ali Mohammad, dan Annabelle Sreberny-Mohammadi, eds., *Quistioning the Media: A Critical Introduction*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1995, hlm. 54-74. Lubar, *InfoCulture*, hlm. 237.

Cangara Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta; Rajawali Pers, 2014

(*Dalam*) Stewart Brand, *The Media Lab: The Inventing the Feature at MIT*, New York: Viking Penguin, 1987, hlm.11.

(*Dalam*) Situs Web(*dalam bahasa Inggris*). *The Free Dictionary by Farlex*. Diakses tanggal 30 Oktober 2014.

Darmadja, Alfita Aprilia, 2008. *Prioritas Sumber Pendanaan Pada Usaha Kecil Menengah Handicraft dan Furniture di Semarang*. FE Salatiga.

Everett M. Rogers, *Communication Technology: The New Media is Society*, New York: Free Press 1986.

Graziplene, Leonard R. (2000). *Teletext: its promise and demise*. Lehigh University Press.

Kepala Humas Kementerian Kominfo, Pasal (4) ayat (1) UU No. 32 Tahun 2002
Pasal (4) ayat (2) UU No. 32 Tahun 2002.

Komisi pemberdayaan Anak dan Perlindungan Perempuan, Statistik Gender, Jakarta; 2018.

Komisi Penyiaran Indonesia Daerah, Sumatera Selatan; 2015.

Kusumawardhana, Edi S, 2008. *Pengaruh Karakteristik Pengusaha UKM Terhadap Pengambilan Keputusan Sumber Pendanaan*. FE UKSW Salatiga.

Martin Lister, dkk, *New media: A Critical Introduction*, 2009: 13

- McQuail Denis, McQuail's, *Mass Communication Theory*, Sage Publication, London, 2002.
- M. Mitchell Waldrop, *Complexity: The Emerging Science at The Edge of Order and Chaos*, New York: Touchstone, 1992, hlm.12.
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, Jakarta; Kencana, 2008
- Panuju Redi, 2014 *Sistem Penyiaran Indonesia Sebuah Kajian Strukturalisme Fungsional*, Kencana, Jakarta.
- Paul Saffo *and the 30-Year Rule*, *Design World*, 24 (1992): 18.
- Pasal 31 (5) Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002
- Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia*, *Ibid* Stasiun televisi yang muncul menjelang tahun 2000 itu antara lain: Lativi, metro Tv, transTV, Global TV dan TV7.
- Riyanto, Bambang, 1993. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Yayasan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta.
- Rogers, Everett M. (1986). *Communication Technology: The New Media Society*. New York: The Free Press a division of Macmillan, Inc
- Rogers, *Communication Technology*, hlm.26.
- Romli Khomsahrial, *komunikasi Massa*, Jakarta, PT Grasindo, 2016
- Stephen P. Robbins & Timonhy A. Judge, 2009: 57
- Steven Lubar, *Info Culture : The Smithsonian Book of Information Age Invention*, Boston: Houghton Mifflin, 1993, hlm, 274.
- Sumita Tobing "Dirut Perjan TVRF", dalam seminar Tuntutan Profesionalisme Televisi, Jakarta, November 2001.

Jurnal

- Meirizkiana, Fika. 2016 "*Strategi Transformasi Konvergensi Media di PJTV (Studi Konvergensi Media dalam Bentuk Digital Media Online pjtv.co.id, Jejaring Sosial dengan Akun Facebook lokaholicpjtvbandung dan Twitter di Akun @pjtvbdg, @lokaholicpjtv serta Instagram di @lokaholicpjtv)*" dalam Tesis Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Bandung: Universitas Pasundan

Muhammad Shahrur, Nahw Ushulal Jadidah li al-Fiqh al-Islami, terjemah Sahiron Syamsudin dan Burhanuddin, *Metodologi Fiqih Islam Kontemporer*, Yogyakarta: eLSAQ press, 2005, hlm,334.

Nugroho, Aryadi A, 2010. *Analisis Pengaruh Karakteristik Demografi dan Faktor Ekonomi Terhadap Pemilihan Sumber Pendanaan Usaha Angkutan Kota Salatiga*. FE UKSW, Salatiga.

Sugiya, Aritasius. 2012 “*Strategi Transformasi konvergensi Media Studi Kasus Grand Strategy Harian Kompas*” dalam Tesis Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jakarta: Universitas Indonesia.

Syahrir, Badaruddin. 2017 “*Strategi Komunikasi Dakwah Televisi Komunitas Al-Nur Masjid Agung Palembang*” dalam jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan Volume 1. Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fattah

Widjajanto, S. Sos., dkk, *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi Komunikasi Media*, Bandung Ultimus, 2013.

Website

Ekonomi, Warta (2020-06-23). "Apa Itu Barter?". Warta Ekonomi. Diakses tanggal 2020-10-21. (diakses pada tanggal Jum'at, 18 Desember 2020)

Laurencia Eprina Dian, artikel Intip Perjalanan di Internet di Indonesia Hingga Dunia, 31 Agustus 2020, 19:46 (diakses pada tanggal Jum'at, 18 Desember 2020 pukul 04.20)
[https://www.kompasiana.com/laurenciaeprina/5f4cb2e5118409520640d763/intip-perjalanan-internet-di-indonesia-hingga-dunia,](https://www.kompasiana.com/laurenciaeprina/5f4cb2e5118409520640d763/intip-perjalanan-internet-di-indonesia-hingga-dunia)

Fajar, Taufik Jurnalis *Oke Zone* di posting pada Selasa, 05 Maret 2019 pukul 12.20 WIB
(<https://economy.okezone.com/read/2019/03/05/320/2025987/studi-nielsen->

pemirsa-indonesia-habiskan-5-jam-nonton-tv-3-jam-berselancar-di-internet)
(diakses pada tanggal Sabtu, 19 Desember 2020).

In '95, these people defined tech: Gates, Bezos, Mitnick and more – CNET
"web.archive.org. 2020-05-28. Diakses tanggal 2020-07-03.

Unknown (1993). "Website | Definition of Website by Merriam-Webster". Merriam
Webster Dictionary. Diakses tanggal May 31, 2019.(10/12/2020)

Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1989: 552-553

[https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga_penyiaran_komunitas#Televisi_komunitas
_di_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga_penyiaran_komunitas#Televisi_komunitas_di_Indonesia)

[https://ayomenulisfisip.files.wordpress.com/2011/02/strategi-transformasi-
konvergensi-media.pdf](https://ayomenulisfisip.files.wordpress.com/2011/02/strategi-transformasi-konvergensi-media.pdf)

<https://supernaufal.wordpress.com/2016/03/04/media-morfosis/>

[https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga_penyiaran_komunitas#Televisi_komunitas
_di_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Lembaga_penyiaran_komunitas#Televisi_komunitas_di_Indonesia)

<http://palembang.tribunnews.com/02/02/2009/c-tv-siap-diluncurkan>

<http://eprints.ung.ac.id/257/3/2013-2-87201-231409016-bab09012014011546.pdf>

[https://sumsel.kemenag.go.id/artikel/view/43679/data-statistik-jumlah-pemeluk-
agama-islam-2018](https://sumsel.kemenag.go.id/artikel/view/43679/data-statistik-jumlah-pemeluk-agama-islam-2018)

[https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/591/jbptunikompp-gdl-rudiperman-29535-9-
unikom_r-i.pdf](https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/591/jbptunikompp-gdl-rudiperman-29535-9-unikom_r-i.pdf)

[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/indonesia-negara-dengan-
penduduk-muslim-terbesar-dunia](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/indonesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia)

<https://kbbi.web.id/ekspansi>