

## **TANTANGAN DAN PELUANG: TRANSFORMASI PENYIARAN TRADISIONAL KE MEDIA SOSIAL**

**Dasa Syawal Syahputra**, Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang Sumatera Utara

e-mail: [syawaldasa@gmail.com](mailto:syawaldasa@gmail.com)

### **Abstract**

This research aims to uncover the problem of the transformation of traditional broadcasting to social media which includes the occurrence of two major contradictory things; namely the challenges that traditional broadcasting institutions may face in welcoming the presence of social media as well as the great opportunities that traditional broadcasting institutions will get due to the presence of social media.

This type of research is qualitative research, where data collection is carried out through interviews with several informants and direct observations in the field, then the data is collected, then processed and analyzed using the inductive method, namely drawing conclusions from the specific to the general.

Based on the research conducted, the results showed that Salam TV as a research site considers that the phenomenon of the presence of social media can be both a challenge and an opportunity; The challenge faced is that some of Salam TV's viewers have turned to social media with all the convenience it offers, whereas they think that traditional broadcasting is no longer relevant in their lives. However, there is an opportunity for Salam TV in this case which they have successfully exploited, namely that the presence of social media stimulates Salam TV to also be present on social media, namely by reposting its superior programs via social media platforms.

**Keywords:** Challenges, Opportunities, Transformation, Traditional broadcasting, Social media

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menyingkap problem transformasi penyiaran tradisional menuju media sosial yang mencakup terjadinya 2 hal besar yang bertolak belakang; yaitu tantangan yang mungkin akan dihadapi oleh lembaga penyiaran tradisional menyambut kehadiran media sosial serta*

## Tantangan dan Peluang: Transformasi penyiaran tradisional ke media sosial

*peluang besar yang didapatkan oleh lembaga penyiaran tradisional akibat kehadiran media sosial.*

*Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang pengumpulan datanya dilakukan melalui metode wawancara terhadap beberapa informan serta pengamatan (observasi) langsung di lapangan, kemudian data dikumpulkan, lalu diolah, dan dianalisa dengan menggunakan metode induktif yaitu menarik suatu kesimpulan dari yang khusus kepada yang umum.*

*Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa Salam TV sebagai tempat penelitian memandang bahwa fenomena hadirnya media sosial bisa menjadi tantangan sekaligus menjadi peluang; sisi tantangan yang dihadapi adalah bahwa sebagian penonton Salam TV beralih menuju ke media sosial dengan segala bentuk kenyamanan yang ditawarkan, sebaliknya mereka menganggap bahwa penyiaran tradisional sudah tidak relevan dalam kehidupan mereka. Akan tetapi terdapat peluang untuk Salam TV dalam hal ini yang berhasil mereka manfaatkan, yaitu bahwa kehadiran media sosial menstimuli Salam TV untuk hadir juga di media sosial, yaitu dengan cara memposting ulang program-program unggulannya melalui platform media sosial.*

**Kata Kunci:** *Tantangan, Peluang, Transformasi, Penyiaran tradisional, Media sosial*

### Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat mengonsumsi informasi dan hiburan. Penyiaran tradisional, seperti radio dan televisi, yang dahulu menjadi sumber utama informasi dan hiburan, kini menghadapi tantangan besar dengan hadirnya platform media sosial.

Media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook telah menjadi sarana alternatif yang semakin diminati oleh masyarakat untuk mendapatkan konten secara cepat,

mudah, dan sesuai dengan preferensi individu. Hal ini memicu perubahan signifikan dalam lanskap industri penyiaran.

Transformasi dari penyiaran tradisional ke media sosial menawarkan berbagai peluang, termasuk potensi jangkauan audiens yang lebih luas, interaksi langsung dengan pengguna, dan fleksibilitas dalam penyajian konten. Penyiaran melalui media sosial memungkinkan penyampaian informasi secara real-time dan memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif, sehingga meningkatkan keterlibatan dan daya

tarik konten. Namun, transformasi ini juga membawa tantangan, seperti meningkatnya persaingan dengan berbagai kreator konten independen, perubahan pola konsumsi informasi, dan kebutuhan untuk memahami algoritma serta tren media sosial yang selalu berubah.

Diantara hal yang menjadi tantangan akibat terjadinya transformasi media tradisional ke media sosial adalah menurunnya jumlah iklan yang masuk sehingga mempengaruhi pendapatan yang didapatkan oleh media tradisional. Hal ini dikarenakan kecenderungan banyak orang khususnya UKM (Usaha Kecil Menengah) untuk mempromosikan usahanya melalui platform media sosial ketimbang melalui radio atau televisi. (Puspitarini & Nuraeni, 2019)

Perubahan ini juga mendorong persaingan yang sangat ketat antara media penyiaran tradisional dan media sosial sehingga mengakibatkan keresahan bagi media tradisional maupun media sosial. (Pavlik, 2008)

Selain itu, penyiaran melalui media sosial menghadapi tantangan dalam hal kredibilitas, etika, dan penyebaran informasi yang cepat namun terkadang kurang akurat. Hal ini menuntut lembaga penyiaran untuk tidak hanya beradaptasi dengan teknologi baru tetapi juga tetap menjaga kualitas dan integritas konten yang disajikan. (Igben & Oronukpo, 2022)

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dianalisis bagaimana transformasi penyiaran tradisional ke media sosial dapat dioptimalkan, serta bagaimana tantangan-tantangan yang muncul dapat diatasi. Dengan demikian, industri penyiaran dapat tetap relevan, kompetitif, dan mampu memberikan konten yang bermanfaat bagi masyarakat di era digital ini.

### **KAJIAN LITERATUR**

Kajian literatur ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai transformasi penyiaran tradisional ke media sosial, termasuk tantangan dan peluang yang muncul dalam proses tersebut. Beberapa penelitian dan literatur terdahulu telah membahas bagaimana perkembangan teknologi digital dan media sosial telah memengaruhi industri penyiaran secara signifikan.

#### **Perubahan Pola Konsumsi Media**

Penelitian menunjukkan bahwa perkembangan media sosial telah mengubah pola konsumsi media masyarakat. Penonton tidak lagi bergantung pada penyiaran tradisional yang bersifat satu arah, seperti televisi dan radio, melainkan lebih memilih media sosial yang memungkinkan interaksi dan aksesibilitas yang lebih fleksibel. Fenomena ini menuntut lembaga penyiaran untuk menghadirkan konten yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan audiens. (Li, 2023)

### Tantangan Penyiaran Tradisional di Era Media Sosial

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh penyiaran tradisional adalah meningkatnya persaingan dengan platform digital dan kreator konten independen. Selain itu, penyiaran tradisional juga harus beradaptasi dengan algoritma dan tren media sosial yang terus berubah agar tetap relevan dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini memerlukan strategi digital yang matang dan pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen di media sosial. (Nguyen & Western, 2006)

### Peluang Integrasi Media Sosial dalam Penyiaran

Beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh GS Sultanbaeva menunjukkan bahwa media sosial menawarkan peluang besar bagi penyiaran tradisional, terutama dalam hal meningkatkan engagement dan interaksi dengan audiens. Media sosial memungkinkan penyiaran menjadi lebih interaktif, real-time, dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Lembaga penyiaran dapat memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan konten, berkomunikasi langsung dengan audiens, serta mengukur respons dan preferensi mereka. (Sultanbaeva et al., 2024)

### Implikasi terhadap Kualitas dan Etika Penyiaran

Penelitian dari Setterquist menekankan pentingnya menjaga

kualitas dan integritas konten di era digital. Meskipun media sosial memungkinkan penyiaran menjadi lebih cepat dan dinamis, ada risiko penyebaran informasi yang kurang akurat atau hoaks. Oleh karena itu, lembaga penyiaran perlu mempertahankan standar etika dan kualitas dalam setiap konten yang dipublikasikan. (Setterquist, 2016)

Berdasarkan berbagai literatur di atas, dapat disimpulkan bahwa transformasi dari penyiaran tradisional ke media sosial membawa berbagai tantangan dan peluang yang harus dikelola dengan bijaksana. Dengan memahami perubahan perilaku audiens, mengadopsi teknologi digital, dan menjaga kualitas penyiaran, industri penyiaran dapat beradaptasi dan tetap relevan dalam era media sosial yang dinamis ini.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Salam TV yang beralamat di Jalan Medan-Tanjung Morawa KM 13 Gang Darmo Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara Indonesia.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. (Syukur Kholil, 2006)

Sifat penelitian ini adalah studi kasus sehingga dalam penelitian ini diperlukan data informan sebagai objek penelitian dan pengamatan di lapangan sebagaimana kondisi objek yang diteliti. Untuk itu, dalam penelitian ini tidak dibutuhkan teknik *random sampling* karena tidak dibutuhkan populasi dan sampling.

Demi kemudahan proses pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti akan melakukan pembagian informan ke dalam 2 bagian; yaitu Informan Primer dan Informan Sekunder:

1. Informan Primer yaitu informan utama dan merupakan sumber data yang pertama dihimpun yang merupakan data yang sangat penting dalam penelitian ini. Dan dalam hal ini, sumber data primer akan diambil dari Direktur Salam TV.
2. Informan Sekunder yaitu informan pendukung dan merupakan sumber data pendukung dalam menopang kelancaran penelitian ini; yaitu beberapa orang karyawan Salam TV.

Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data di lapangan, maka peneliti menggunakan beberapa alat pengumpul data yang disesuaikan dengan kondisi di lapangan yaitu:

1. *Interview/Wawancara*, yaitu bertanya secara langsung kepada sumber data untuk mendapatkan informasi secara mendalam

terhadap penelitian yang sedang dilakukan.

2. Observasi/Pengamatan, yaitu melakukan pengamatan terhadap aktifitas yang dilakukan oleh tenaga pendidik dan tenaga kependidikan di lingkungan STAI As-Sunnah selama menggunakan Aplikasi WhatsApp setiap hari sebelum dilakukan penelitian dan ketika penelitian sedang berlangsung.

### **LANDASAN/KAJIAN TEORI**

Dalam penelitian ini, setidaknya ada 3 teori besar yang tepat untuk digunakan sebagai acuan dalam penelitian, yaitu:

#### **Teori Komunikasi Massa.**

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan dari satu pihak (komunikator) ke pihak lain (komunikan) melalui media tertentu, baik media tradisional seperti radio dan televisi, maupun media baru seperti platform media sosial. Menurut McQuail, komunikasi massa mengalami perubahan signifikan seiring dengan perkembangan teknologi informasi. (Morissan, 2014) Transformasi penyiaran tradisional ke media sosial dapat dilihat sebagai bagian dari perkembangan komunikasi massa menuju bentuk yang lebih interaktif, personal, dan partisipatif.

#### **Teori Konvergensi Media.**

Teori konvergensi media menjelaskan bagaimana berbagai

## Tantangan dan Peluang: Transformasi penyiaran tradisional ke media sosial

bentuk media berintegrasi dan berkolaborasi dalam satu platform digital.(Muhammad Anshar, 2022) Dalam konteks penyiaran, konvergensi ini menyebabkan media tradisional seperti radio dan televisi mulai memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Konvergensi ini menciptakan peluang bagi lembaga penyiaran untuk meningkatkan interaksi dengan audiens, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam hal adaptasi teknologi dan perubahan model bisnis.

### Teori Difusi Inovasi

Rogers dalam Morissan mengemukakan teori difusi inovasi, yang menjelaskan bagaimana sebuah inovasi (dalam hal ini, media sosial) disebarluaskan dan diadopsi oleh masyarakat.(Morissan, 2014) Dalam konteks penyiaran, transformasi ke media sosial dapat dilihat sebagai inovasi yang sedang diadopsi oleh lembaga penyiaran tradisional. Proses adopsi ini dipengaruhi oleh faktor seperti persepsi manfaat, kompleksitas, dan kompatibilitas media sosial dengan format penyiaran tradisional.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan media penyiaran menjadi sebuah keniscayaan yang sulit dipisahkan dari tatanan kehidupan manusia; setahap demi setahap

perkembangan itu bisa dirasakan oleh manusia.

Sama halnya dengan perkembangan teknologi yang lain, maka teknologi yang digunakan oleh media penyiaran selalu berubah mengikuti kebutuhan zaman. Perubahan yang terjadi begitu cepat, mendorong kesiapan dan kematangan setiap manusia untuk menghadapinya.

Salah satu perkembangan yang terjadi akhir-akhir ini adalah perkembangan dalam dunia penyiaran yang lebih spesifik dalam dunia penyebaran program acara; yang dahulu sangat didominasi oleh televisi, namun kini sudah diambil bagiannya oleh media sosial.

Ada banyak lembaga penyiaran yang tidak siap dalam menghadapi kehadiran media sosial dalam dunia penyebaran konten program, sehingga mengakibatkan lembaga-lembaga penyiaran tersebut “gulung tikar” atau tutup.

Namun, ada juga lembaga penyiaran yang tetap eksis dan kokoh walaupun media sosial mencoba untuk mengambil bagian “jatah” lembaga penyiaran dalam menyebarkan konten program.

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengupas hal yang dirasakan oleh salah satu lembaga penyiaran di Indonesia, yaitu Salam TV pasca datangnya media sosial di Indonesia; apakah media sosial menjadi tantangan,

atau justru terdapat peluang akibat kehadirannya.

Peneliti telah mewawancarai informan yang sangat kredibel dalam memberikan informasi terkait fenomena ini, yaitu Direktur Salam TV itu sendiri; sebagai orang yang paling tahu luar dan dalam lembaga penyiaran ini.

Pertanyaan pertama yang peneliti tanyakan adalah:

*“Apakah transformasi penyiaran tradisional ke media sosial mempengaruhi jumlah pemirsa Salam TV?”*

Beliru mengatakan bahwa secara langsung mereka tidak bisa melakukan penghitungan yang akurat, seputar jumlah pemirsa Salam TV yang biasanya menonton Salam TV kemudian berpindah ke media sosial, akan tetapi paling tidak mereka bisa merasakan bahwa ada pengaruh jumlah pemirsa akibat kehadiran media sosial di tengah-tengah masyarakat.

Karena pemirsa salam TV adalah merupakan orang-orang dengan rentang usia antara 10-60 tahun, sehingga mungkin untuk kelompok usia 15-30 tahun sangat mungkin mereka lebih memilih untuk berpindah ke media sosial.

Berikutnya peneliti juga menanyakan tentang langkah yang diambil Salam TV dalam menghadapi perpindahan penyiaran ke media sosial; apakah mereka pasrah begitu saja atau

ada Langkah-langkah kongkrit yang mereka lakukan dalam hal ini.

Maka informan mengatakan bahwa Salam TV tidak hanya berpangku tangan akibat gempuran media sosial yang terjadi saat ini, karena mereka faham, bahwa menyerah tidaklah menyelesaikan masalah, akan tetapi mereka berfikir bagaimana jalan keluar untuk permasalahan yang sekarang sedang dihadapi.

Maka, diantara Langkah yang diambil Salam TV dalam menyikapi kehadiran media sosial ini adalah dengan cara menyebarkan konten program yang disiarkan melalui televisi ke media sosial.

Berikut ini akan peneliti sampaikan perkembangan Salam TV di media sosial sebagai sebuah Langkah baik dalam menyikapi kehadiran media sosial dalam hal penyebaran konten.

Hingga saat ini, Salam TV sudah membuat akun-akun atau channel di media sosial berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan bersama Bapak Selamat Arianto. Diantaranya mereka sudah membuat saluran khusus di kanal YouTube dengan nama saluran Salam TV yang saat ini telah memiliki jumlah Subscriber sebanyak 135.000 orang dengan total video yang sudah disebar sebanyak 9.900 video.

## Tantangan dan Peluang: Transformasi penyiaran tradisional ke media sosial



Foto: Tangkapan layar jumlah subscriber Youtube Salam TV.

Ini merupakan pencapaian yang luar biasa untuk Salam TV di tengah gempuran media sosial dalam hal penyebaran konten program; yang mana salah satu video yang disebarakan melalui kanal youtube berjumlah 2.100.000 kali ditonton.

Berikutnya adalah akun Facebook Fans Page Salam TV dengan nama Salam Televisi yang saat ini berjumlah 270.000 pengikut dengan 260.000 suka.



Foto: Tangkapan layar jumlah pengikut Facebook Salam TV.

Selain itu Salam TV juga hadir di Instagram dalam menyebarkan konten program yang diproduksi. Hampir sama dengan akun media sosial yang lain, di Instagram Salam TV juga sangat aktif menyebarkan konten programnya.

Saat ini Salam TV memiliki 1 akun di Instagram dengan nama Salam TV dengan jumlah pengikut mencapai 17.700 pengikut dan telah menyebarkan video sebanyak 4.511 video.



Foto: Tangkapan layar jumlah pengikut Instagram Salam TV.

Salam TV juga hadir di sebuah platform yang saat ini sedang digandrungi oleh banyak orang, sehingga banyak muncul *content creator* baru di platform tersebut; yaitu TikTok. Di TikTok, Salam TV juga hadir dengan jumlah pengikut sebanyak 11.800 pengikut serta jumlah suka untuk semua video yang disebarakan sebanyak 188.100 suka.



Foto: Tangkapan layar jumlah pengikut TikTok Salam TV.

Berikut ini akan peneliti sampaikan table nama akun dan jumlah pengikut yang berhasil dihimpun oleh Salam TV di media sosial:

No.	Nama Akun	Nama Platform	Jumlah Pengikut
1.	Salam TV	YouTube	135.000
2.	Salam TV	Instagram	17.700
3.	Salam Televisi	FaceBook	270.000
4.	Salam Televisi	TikTok	11.800

**Tabel:** Jumlah pengikut Salam TV diberbagai Platform media sosial.

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang kekhawatiran Salam TV ditinggalkan pemirsa setelah berkembangnya media sosial?.

Jawaban yang kami dapatkan adalah bahwa kekhawatiran itu selalu ada, tapi mereka mencoba menyikapinya dengan santai dan tidak gegabah sembari memikirkan strategi-strategi untuk bertahan dalam gempuran media sosial yang sangat massif pada hari ini.

Hal itu tercermin dari program-program yang mereka sajikan di televisi yaitu dengan mengadopsi model-model program di media sosial. Mereka mencoba untuk mengadaptasi beberapa metode yang selalu disajikan para *content creator* di media sosial untuk mencoba menawarkan solusi kepada pemirsa yang ingin menikmati tontonan televisi dengan cita rasa media sosial.

Salah satu contoh program Salam TV yang mengadopsi tampilan program di media sosial adalah program Podcast

## Tantangan dan Peluang: Transformasi penyiaran tradisional ke media sosial

Muslim yang tayang seminggu sekali. Program ini mengadopsi gaya program banyak *content creator* di media sosial yang sangat banyak digandrungi.

Sebut saja misalnya Podcast Dedi Corbuzier, Denny Sumargo, Kasi Solusi, dan lain sebagainya; yang merupakan program Podcast terkenal dengan jumlah jutaan penayangan untuk setiap video.

Karena *podcast* menjadi program yang diminati di media sosial khususnya Youtube, maka Salam TV mencoba melakukan hal yang sama dengan harapan mampu menghadirkan persaingan yang baik antara televisi dan media sosial.



Foto: Program Podcast Muslim bersama Narasumber Dr. Bahrul Ulum, M. Pd, CWC.

Kemudian peneliti juga menanyakan seputar perilaku pemirsa Salam TV setelah berkembangnya media sosial; apakah perilaku mereka berubah atau tetap sama seperti biasa?.

Hal ini menjadi penting untuk ditanyakan berhubung Salam TV merupakan televisi dakwah yang selalu mengedukasi pemirsanya untuk berlaku sopan dan baik dimanapun mereka berada. Dan itu tercermin pada perilaku sebagian besar pemirsa Salam TV saat berinteraksi dengan pembawa acara ataupun narasumber Salam TV baik pada saat siaran langsung maupun saat acara tidak langsung (jumpa penggemar).

Maka, dalam hal ini peneliti mendapatkan jawaban bahwa tidak dipungkiri perilaku sebagian kecil pemirsa yang berinteraksi dengan pembawa acara atau narasumber di Salam TV sedikit berubah setelah berkembangnya media sosial.

Namun, secara prosentase, jumlah pemirsa dengan perilaku yang sopan masih jauh lebih banyak dibandingkan dengan pemirsa dengan perilaku tidak sopan; baik saat bertanya pada program siaran langsung maupun saat diakana pertemuan dengan pemirsa secara *off air*..

### KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka kita dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Perkembangan media sosial merupakan sebuah fenomena yang sulit untuk dibendung, karena kehadirannya disambut baik oleh seluruh manusia sejagat raya.

- 2) Perkembangan media sosial tanpa disadari juga menjadi tantangan bagi lembaga-lembaga penyiaran khususnya televisi, karena format yang disajikan di media sosial merupakan format yang juga disajikan di televisi; yaitu program yang mengandalkan *audio* (suara) dan *visual* (gambar).
- 3) Salam TV dalam hal ini sebagai sebuah lembaga penyiaran turut merasakan dampak kehadiran media sosial pada hari ini, hal itu tercermin dalam banyak aspek, diantaranya adalah jumlah pemirsa dan perilaku pemirsa Salam TV.
- 4) Salam TV selalu berupaya menjadikan kehadiran media sosial ini bukan hanya sebagai tantangan, tapi justru Salam TV memandang ada peluang yang bisa dimanfaatkan akibat kehadiran media sosial ini; yaitu dengan cara membuat saluran-saluran di media sosial untuk menyebarkan program yang ada di televisi.
- 5) Selain itu, Salam TV juga berupaya mengadopsi format program yang diminati di media sosial, untuk kemudian diproduksi melalui Salam TV.

Saran dari peneliti kepada Salam TV dalam menyikapi transformasi penyiaran tradisional ke media sosial adalah:

1. Teruslah berinovasi dalam menciptakan program-program

yang menarik sehingga diminati oleh pemirsa.

2. Selalu jadikan setiap tantangan menjadi sebuah peluang. Sehingga mampu bersaing tanpa harus mengalami kekalahan.
3. Salam TV secara khusus sebagai televisi yang banyak menyiarkan program dakwah seharusnya mampu menjadi televisi favorit khususnya umat Islam untuk menyampaikan kebenaran yang saat ini mulai banyak ditinggalkan.

### Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyempurnaan artikel ini, khususnya kepada Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang yang membantu dalam pembiayaan penerbitan artikel jurnal ini.

### Daftar Pustaka

- Igben, H. G. O., & Oronukpo, J. W. (2022). Influence of News Credibility on Public Perception of the Broadcast Media in Nigeria. *International Journal of Development and Economic Sustainability*, 10(6), 18–30.
- Li, Z. (2023). Shaping the Media Landscape: Exploring Media User Consumption in the Age of Social Media. *Journal of Innovation and Development*, 4(3), 68–71.

## Tantangan dan Peluang: Transformasi penyiaran tradisional ke media sosial

- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* (2nd ed.). KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Muhammad Anshar. (2022). *Teknologi Komunikasi Dalam Pembelajaran* (A. F. Arsal (ed.); 1st ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Nguyen, A., & Western, M. (2006). The Complementary Relationship between the Internet and Traditional Mass Media: The Case of Online News and Information. *Information Research: An International Electronic Journal*, 11(3), n3.
- Pavlik, J. V. (2008). *Media in the digital age*. Columbia University Press.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Setterquist, E. (2016). *The effect of quality metrics on the user watching behaviour in media content broadcast*.
- Sultanbaeva, G. S., Tolegen, B. Z., Lozhnikova, O. P., Buyenbayeva, Z. K., & Tyulepberdinova, G. A. (2024). DISSEMINATION OF FAKE AND INCORRECT INFORMATION ON SOCIAL NETWORKS. *Herald of Journalism/Habaršy Žurnalistika Seriâsy*, 72(2).
- Syukur Kholil. (2006). *Metodologi Penelitian Komunikasi* (1st ed.). Citapustaka Media.