

Ekologi Media yang Efektif dalam Mempertahankan Eksistensi Media Informatif Konvensional di Era Globalisasi

Nahdia Latifah¹, Muhammad Dzaky Putra Syahendri², Ayu Adriyani³,
AB Sarca Putera⁴

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: adriyaniayu@fis.unp.ac.id

Abstrak

Di era globalisasi, media massa informatif konvensional menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan eksistensinya. Tantangan tersebut seperti semakin redupnya minat masyarakat dengan kebutuhan yang semakin modern akibat pengaruh dari globalisasi. Penelitian ini mengkaji strategi ekologi media yang efektif bagi media tersebut agar tetap bertahan. Teori ekologi media menekankan pentingnya pengelolaan modal, jenis isi media, dan jenis isi audiens secara optimal. Studi kasus pada RRI Denpasar dan Selaparang TV menunjukkan bahwa memanfaatkan ketiga faktor tersebut merupakan kunci untuk bersaing dengan media baru. Namun, tantangan seperti sumber pendapatan terbatas, pergeseran preferensi audiens, dan perubahan perilaku konsumsi media juga harus diatasi dengan baik. Fenomena *citizen journalism* sebagai *implementasi partisipatory media culture* mengindikasikan perlunya mengintegrasikan peran aktif audiens dalam teori ekologi media. Media konvensional dapat beradaptasi dengan melibatkan audiens sebagai produsen konten alternatif dan menyajikan konten sesuai preferensi partisipatif audiens. Penelitian ini memberikan wawasan strategis bagi pengelola media dalam mempertahankan eksistensi di tengah persaingan ketat di era globalisasi.

Kata Kunci: Era Globalisasi; Meda Masa Konvensional; Ekologi Media.

Abstract

In the era of globalization, conventional informative mass media faces major challenges to maintain its existence. These challenges include the diminishing interest of the public with increasingly modern needs due to the influence of globalization. This study examines effective media ecology strategies for these media to survive. Media ecology theory emphasizes the importance of optimal management of capital, types of media content, and types of audience content. Case studies on RRI Denpasar and Selaparang TV show that utilizing these three factors is the key to competing with new media. However, challenges such as limited sources of income, shifting audience preferences, and changes in media consumption behavior must also be addressed properly. The phenomenon of citizen journalism as an implementation of participatory media culture indicates the need to integrate the active role of the audience into media ecology theory. Conventional media can adapt by involving the audience as producers of alternative content and presenting content according to the audience's participatory preferences. This study provides strategic insights for media managers in maintaining their existence amidst tight competition in the era of globalization.

Keywords: Conventional Mass Media; Globalization Era; Media Ecology.

How to Cite: Latifah, N. et al. (2024) Ekologi Media yang Efektif dalam Mempertahankan Eksistensi Media Informatif Konvensional di Era Globalisasi. *Social Empirical: Prosiding Berkala Ilmu Sosial*, Vol. 1 No. 2 Tahun 2024. (pp. 176-182). Padang: Universitas Negeri Padang.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2024 by author.

Pendahuluan

Pada Komunikasi massa saat ini menjadi bagian dari teknologi yang terus mengalami perkembangan seiring dengan pergerakan zaman. Menurut Bungin (2021), media massa adalah media komunikasi dan informasi dalam penyebaran informasi secara luas dan dapat diakses oleh khalayak. Defleur dan McQuail (dalam Kustiawan, 2022) menyatakan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses interaksi yang dilakukan oleh para komunikator dalam menyebarkan informasi atau pesan secara luas dengan harapan dapat mempengaruhi khalayak luas dengan menggunakan media. Oleh karena itu, media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas.

Salah satu jenis media massa yang masih eksis hingga saat ini adalah radio. Radio menurut Murwadi (dalam Maharani, 2021) didefinisikan sebagai media auditif yang hanya dapat dinikmati dengan indra pendengar. Radio menjadi salah satu media komunikasi yang efektif karena sifatnya yang praktis dan dapat diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Meskipun demikian, perkembangan teknologi juga mempengaruhi bentuk dari media massa yang semula berbentuk konvensional saat ini berkembang menjadi media baru yang pengoperasian-nya menjadi serba *online* atau media *online* (Habibie, 2018).

Kemunculan media baru dalam konteks komunikasi dengan menghadirkan kecanggihannya tentu menjadi tantangan bagi media massa konvensional, termasuk radio. Penelitian oleh Adleman (2022) menghasilkan bahwa bidang studi media telah menjadi domain yang lebih protean dan tersebar. Ekologi media yaitu manifes lingkungan dari jaringan media, pemikiran media kontemporer juga telah menginterogasi secara mendalam *ecomedia* sebagai konfigurasi semantik hibrida yang memperhitungkan kualitas media ekosistem 'alami' dan berbagai cara 'alam' kemudian diambil, *circulated*, dan diremediasi oleh lingkungan media digital yang semakin buram, agentif, dan menggoda.

Dalam menghadapi persaingan dengan media baru, media massa konvensional perlu melakukan upaya untuk mempertahankan eksistensinya. Teori ekologi media yang dikembangkan oleh Dimmick dan Rothenbuhler (dalam Kriyantono, 2014) berasumsi bahwa media dapat bertahan dengan tiga sumber pendukung, yaitu *capital* (modal), *types of content* (jenis isi media), dan *types of audience* (jenis isi audiens). Dengan mengelola ketiga sumber pendukung ini secara efektif, media massa konvensional diharapkan dapat mempertahankan eksistensinya di era globalisasi.

Meskipun demikian, upaya mempertahankan eksistensi media massa konvensional di era globalisasi ini tidaklah mudah. Penelitian dari Palar et al. (2018) mengungkapkan bahwa televisi lokal menghadapi banyak tantangan, salah satunya adalah persaingan dengan media baru yang menawarkan konten yang lebih beragam dan menarik bagi audiens. Televisi lokal dan industri lainnya membutuhkan pendapatan yang mendukung kelangsungan hidupnya sebagai bagian dari industri media. Dengan sumber pendapatan media yang terbatas, eksistensi televisi lokal mau tidak mau terancam.

Selain itu, belum banyak industri atau perusahaan besar di beberapa daerah yang dapat mendukung keberlangsungan lembaga penyiaran lokal (Palar et al., 2018). Hal ini menyebabkan media massa konvensional lokal mengalami kesulitan dalam memperoleh sumber pendapatan yang cukup untuk membiayai operasional dan pengembangan konten mereka. Kondisi ini tentu menjadi ancaman bagi eksistensi media massa konvensional lokal dalam menghadapi persaingan dengan media baru yang memiliki sumber daya yang lebih besar.

Tantangan lain yang dihadapi media massa konvensional dalam mempertahankan eksistensinya adalah pergeseran preferensi audiens. Menurut Skrikandi dan Budiarta (2023), media sosial saat ini menjadi sarana bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan distribusi informasi, yang disebut sebagai *participatory media culture*. Hal ini menyebabkan audiens cenderung lebih tertarik pada konten yang diproduksi secara *bottom-up* oleh masyarakat itu sendiri, dibandingkan dengan konten yang diproduksi secara *top-down* oleh media massa konvensional.

Masalah lain yang dihadapi media massa konvensional dalam mempertahankan eksistensinya adalah perubahan perilaku konsumsi media oleh audiens. Penelitian oleh Adleman (2022) menunjukkan bahwa media telah menjadi domain yang lebih protean dan tersebar, di mana audiens dapat mengonsumsi konten dari berbagai sumber secara simultan dan bebas bergerak antar-*platform*. Hal ini menyebabkan audiens menjadi semakin sulit untuk dipertahankan loyalitasnya terhadap satu media massa konvensional tertentu.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi ekologi media yang efektif bagi media massa informatif konvensional dalam mempertahankan eksistensinya di era globalisasi. Dengan memahami strategi yang tepat, diharapkan media massa informatif konvensional dapat tetap bertahan dan menjadi sumber informasi yang terpercaya bagi masyarakat.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi media massa informatif konvensional dalam mengimplementasikan strategi ekologi media yang efektif. Dengan mengetahui tantangan-tantangan tersebut, diharapkan dapat ditemukan solusi yang tepat untuk mengatasinya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori ekologi

media dan praktik pengelolaan media massa informatif konvensional di era globalisasi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi para pengelola media massa informatif konvensional dalam menyusun strategi yang tepat untuk mempertahankan eksistensi mereka di tengah persaingan yang semakin ketat dengan media baru.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur untuk mengkaji strategi ekologi media yang efektif bagi media massa informatif konvensional dalam mempertahankan eksistensinya di era globalisasi. Studi literatur dipilih karena merupakan metode yang tepat untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis informasi dari berbagai sumber kepustakaan yang relevan dengan topik penelitian.

Adapun sumber-sumber kepustakaan yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi buku-buku teks, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel ilmiah, tesis, dan disertasi yang membahas tentang ekologi media, strategi pengelolaan media massa, tantangan media massa di era globalisasi, dan topik-topik terkait lainnya. Sumber-sumber kepustakaan tersebut akan dicari melalui *database online* seperti *Google Scholar*, *ScienceDirect*, *JSTOR*, dan lain-lain.

Dalam mengumpulkan sumber-sumber kepustakaan, peneliti akan menggunakan kata kunci yang relevan dengan topik penelitian, seperti "*media ecology*", "*media management strategy*", "*mass media challenges*", "*globalization and media*", dan sebagainya. Sumber-sumber kepustakaan yang ditemukan akan diseleksi berdasarkan relevansi, kebaruan, dan kredibilitas penulis atau penerbitnya.

Setelah sumber-sumber kepustakaan terkumpul, peneliti akan melakukan analisis mendalam terhadap isi dari sumber-sumber tersebut. Analisis akan difokuskan pada strategi-strategi ekologi media yang direkomendasikan oleh para ahli, tantangan-tantangan yang dihadapi media massa di era globalisasi, dan solusi-solusi yang ditawarkan untuk mengatasi tantangan tersebut. Hasil analisis akan disintesis menjadi sebuah kerangka konseptual yang menggambarkan strategi ekologi media yang efektif bagi media massa informatif konvensional dalam mempertahankan eksistensinya di era globalisasi.

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian, peneliti akan menerapkan teknik triangulasi data. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan dan mengkonfirmasi informasi dari berbagai sumber kepustakaan yang berbeda. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan teori ekologi media dan praktik pengelolaan media massa informatif konvensional di era globalisasi.

Hasil dan Pembahasan

Sejarah Lahirnya Teori Ekologi Media

Teori ekologi media merupakan sebuah teori yang muncul sebagai upaya untuk memahami hubungan antara media dengan lingkungan sekitarnya. Menurut Kriyantono (2014), teori ini didasarkan pada pendekatan ekologi yang pada awalnya digunakan dalam bidang biologi untuk mengkaji hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungannya. Dalam konteks media, pendekatan ekologi diterapkan untuk menganalisis interaksi antara media dengan lingkungan sosial, budaya, ekonomi, dan teknologi di sekitarnya.

Konsep awal tentang ekologi media mulai dikembangkan pada tahun 1960-an oleh para sarjana seperti Marshall McLuhan dan Neil Postman. Mereka melihat bahwa media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat dan budaya, serta mengubah cara manusia berpikir, berperilaku, dan berinteraksi (Adleman, 2022). Namun, pada saat itu konsep ekologi media masih bersifat umum dan belum dikembangkan menjadi sebuah teori yang utuh.

Teori ekologi media yang lebih sistematis dan komprehensif mulai dikembangkan pada tahun 1980-an oleh peneliti seperti James W. Dimmick dan Eric Rothenbuhler. Mereka mencoba untuk menganalogikan fenomena kompetisi antar industri media sebagai suatu proses ekologis (Kriyantono, 2014). Dengan mengadopsi konsep-konsep dari ekologi biologi, Dimmick dan Rothenbuhler mengembangkan kerangka teoritis yang menjelaskan bagaimana media dapat bertahan dan bersaing dalam lingkungan yang dinamis.

Asumsi Teori Ekologi Media

Teori ekologi media dibangun atas beberapa asumsi dasar yang menjelaskan bagaimana sebuah media dapat bertahan hidup di tengah persaingan dengan media lainnya. Salah satu asumsi utama adalah bahwa kehidupan sebuah media ditunjang oleh tiga sumber utama, yaitu modal (*capital*), jenis isi media (*types of content*), dan jenis isi audiens (*types of audience*) (Kriyantono, 2014).

Asumsi lain dari teori ekologi media adalah bahwa media bersaing untuk mendapatkan sumber daya yang terbatas, seperti audiens, pemasukan iklan, dan sumber daya lainnya (Palar et al., 2018). Dalam

persaingan ini, media yang mampu beradaptasi dan memanfaatkan sumber daya secara efektif akan mampu bertahan hidup, sedangkan media yang kurang adaptif akan tersingkir.

Selain itu, teori ekologi media juga mengasumsikan bahwa media berkembang melalui proses seleksi alam, di mana media yang lebih sesuai dengan lingkungannya akan bertahan dan berkembang, sementara media yang kurang sesuai akan mengalami kemunduran (Adleman, 2022). Proses seleksi alam ini terjadi secara terus-menerus, sehingga media harus selalu beradaptasi dengan perubahan lingkungan untuk mempertahankan eksistensinya.

Substansi Teori Ekologi Media

Substansi utama dari teori ekologi media terletak pada tiga sumber penunjang kehidupan media, yaitu modal, jenis isi media, dan jenis isi audiens. Modal (*capital*) mencakup finansial, sarana teknologi, dan pemasukan dari iklan atau sumber lain yang dibutuhkan oleh sebuah media untuk beroperasi dan berkembang (Kriyantono, 2014).

Jenis isi media (*types of content*) mengacu pada konten atau program yang disajikan oleh sebuah media kepada audiensnya. Menurut teori ini, media harus mampu menyajikan konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan preferensi audiens agar dapat mempertahankan eksistensinya (Kriyantono, 2014). Konten yang ditawarkan juga harus bersaing dengan konten dari media lainnya.

Sementara itu, jenis isi audiens (*types of audience*) merujuk pada segmentasi pasar atau target audiens yang disasar oleh sebuah media. Teori ekologi media menekankan pentingnya memahami preferensi dan perilaku konsumsi media dari audiens, baik dari segi geografis maupun demografis, agar media dapat menyajikan konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens (Kriyantono, 2014).

Kritik terhadap Teori Ekologi Media

Meskipun teori ekologi media memberikan kerangka yang bermanfaat untuk memahami dinamika persaingan antar media, teori ini juga mendapat beberapa kritik dari para ahli. Salah satu kritik yang diajukan adalah bahwa teori ini terlalu menyederhanakan kompleksitas interaksi antara media dengan lingkungannya (Adleman, 2022). Lingkungan media saat ini sangat dinamis dan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang beragam, seperti teknologi, kebijakan, ekonomi, sosial, dan budaya.

Kritik lain yang diajukan adalah bahwa teori ekologi media cenderung mengabaikan peran aktif audiens dalam mempengaruhi perkembangan media. Audiens saat ini tidak lagi pasif dalam mengonsumsi konten media, melainkan berperan aktif dalam memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi konten secara partisipatif (Skrikandi & Budiarta, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara media dan audiens lebih kompleks daripada yang diasumsikan dalam teori ekologi media.

Terlepas dari kritik-kritik tersebut, teori ekologi media masih dianggap relevan dan bermanfaat dalam menganalisis dinamika persaingan antar media, terutama di era globalisasi saat ini. Namun, teori ini perlu terus dikembangkan dan disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan perubahan lingkungan media yang semakin kompleks. Dengan mengintegrasikan perspektif-perspektif baru dan mempertimbangkan faktor-faktor yang lebih beragam, teori ekologi media diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana media dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kasus Radio Republik Indonesia (RRI) Denpasar dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digitalisasi

Radio Republik Indonesia (RRI) Denpasar adalah salah satu lembaga penyiaran publik milik pemerintah yang bergerak di bidang radio konvensional. Dalam menghadapi perkembangan teknologi dan era digitalisasi, RRI Denpasar berupaya untuk mempertahankan eksistensinya dengan melakukan berbagai strategi. Menurut Pratiwi et al. (2023), RRI Denpasar memiliki modal awal yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) serta modal fasilitas untuk kegiatan siaran konvensional dan media baru.

Selain itu, RRI Denpasar juga mengembangkan program acara siarannya dan membuka ruang media online sebagai bentuk adaptasi terhadap era digitalisasi. Siaran RRI Denpasar saat ini tidak hanya dapat didengar melalui radio konvensional, tetapi juga dapat diakses melalui radio streaming di YouTube dan aplikasi RRIPlay Go (Pratiwi et al., 2023). RRI Denpasar juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook untuk mempromosikan program siarannya.

Dalam aspek jenis isi audiens, RRI Denpasar melakukan segmentasi berdasarkan geografis dan demografis. Secara geografis, RRI Denpasar memiliki segmentasi di wilayah Denpasar dan sekitarnya, namun jangkauan siarannya juga diperluas dengan memanfaatkan media digital. Secara demografis, RRI Denpasar membagi jenis pendengar menjadi kelompok usia, jenis kelamin, dan Sosial Ekonomi Status (SES) (Pratiwi et al., 2023). Dengan strategi ini, RRI Denpasar berupaya untuk mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan dengan media baru dan perkembangan era digitalisasi.

Teori ekologi media menekankan pentingnya tiga sumber penunjang kehidupan sebuah media, yaitu modal (*capital*), jenis isi media (*types of content*), dan jenis isi audiens (*types of audience*) (Kriyantono, 2014). Dalam kasus RRI Denpasar, dapat dilihat bahwa lembaga penyiaran ini berupaya memanfaatkan ketiga sumber penunjang tersebut untuk mempertahankan eksistensinya di era digitalisasi. RRI Denpasar memiliki modal awal yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) serta modal fasilitas untuk kegiatan siaran konvensional dan media baru (Pratiwi et al., 2023).

Dari sisi jenis isi media, RRI Denpasar melakukan adaptasi dengan mengembangkan program acara siarannya dan membuka ruang media online (Pratiwi et al., 2023). Hal ini sejalan dengan asumsi teori ekologi media bahwa media harus mampu menyajikan konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan preferensi audiens agar dapat mempertahankan eksistensinya (Kriyantono, 2014). Dengan menyediakan konten melalui media konvensional dan media baru, RRI Denpasar berupaya untuk memenuhi kebutuhan audiens yang semakin beragam di era digitalisasi.

Dari aspek jenis isi audiens, RRI Denpasar melakukan segmentasi berdasarkan geografis dan demografis (Pratiwi et al., 2023). Ini sesuai dengan prinsip teori ekologi media yang menekankan pentingnya memahami preferensi dan perilaku konsumsi media dari audiens agar dapat menyajikan konten yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Kriyantono, 2014). Dengan melakukan segmentasi audiens secara tepat, RRI Denpasar dapat mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan dengan media baru yang menawarkan konten yang lebih beragam.

Kasus Televisi Lokal Selaparang TV dalam Mempertahankan Eksistensi di Lombok Timur

Palar et al. (2018) melakukan penelitian tentang bagaimana Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Selaparang TV, sebuah stasiun televisi lokal di Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat, berupaya untuk mempertahankan eksistensinya dalam industri penyiaran yang kompetitif dengan sumber iklan yang terbatas. Televisi lokal dan industri lainnya membutuhkan pendapatan yang mendukung kelangsungan hidupnya sebagai bagian dari industri media, namun sumber pendapatan yang terbatas menjadi tantangan besar bagi eksistensi televisi lokal.

Selain itu, Palar et al. (2018) juga mengungkapkan bahwa belum banyak industri atau perusahaan besar di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang dapat mendukung keberlangsungan lembaga penyiaran lokal seperti Selaparang TV. Hal ini menyebabkan Selaparang TV mengalami kesulitan dalam memperoleh sumber pendapatan yang cukup untuk membiayai operasional dan pengembangan konten mereka.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, Selaparang TV berupaya untuk memanfaatkan pendekatan ekologi media dalam menyusun strategi untuk mempertahankan eksistensinya. Penelitian Palar et al. (2018) mengandalkan pendekatan ekologi media untuk menganalisis bagaimana Selaparang TV berinteraksi dengan lingkungannya, termasuk audiens, pesaing, dan sumber daya yang tersedia, dalam upaya untuk bertahan hidup dan bersaing dengan media lain.

Teori ekologi media mengasumsikan bahwa media bersaing untuk mendapatkan sumber daya yang terbatas, seperti audiens, pemasukan iklan, dan sumber daya lainnya (Palar et al., 2018). Dalam kasus Selaparang TV, televisi lokal ini menghadapi tantangan berupa sumber pendapatan yang terbatas untuk membiayai operasional dan pengembangan konten mereka. Hal ini disebabkan oleh minimnya industri atau perusahaan besar di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang dapat mendukung keberlangsungan lembaga penyiaran lokal (Palar et al., 2018).

Menghadapi tantangan tersebut, Selaparang TV berupaya memanfaatkan pendekatan ekologi media dalam menyusun strategi untuk mempertahankan eksistensinya. Penelitian Palar et al. (2018) mengandalkan pendekatan ekologi media untuk menganalisis bagaimana Selaparang TV berinteraksi dengan lingkungannya, termasuk audiens, pesaing, dan sumber daya yang tersedia. Hal ini sejalan dengan substansi teori ekologi media yang menekankan pentingnya interaksi antara media dengan lingkungan sekitarnya untuk mempertahankan kelangsungan hidup media tersebut (Kriyantono, 2014).

Meskipun menghadapi keterbatasan sumber daya, Selaparang TV tetap berupaya untuk mempertahankan eksistensinya dengan memanfaatkan pendekatan ekologi media. Ini menunjukkan bahwa teori ekologi media memberikan kerangka yang relevan bagi media massa konvensional, seperti televisi lokal, untuk menganalisis interaksi mereka dengan lingkungan dan merumuskan strategi yang tepat agar dapat bertahan di tengah persaingan yang ketat dengan media lain.

Kasus Citizen Journalism sebagai Implementasi *Participatory Media Culture*

Srikandi dan Budiarta (2023) menyoroiti fenomena *citizen journalism* sebagai implementasi dari *participatory media culture* di era konvergensi media. Dalam penelitian mereka, dijelaskan bahwa media sosial saat ini menjadi sarana bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan distribusi informasi, yang disebut sebagai *participatory media culture*. Hal ini menyebabkan audiens cenderung lebih tertarik pada konten yang diproduksi secara *bottom-up* oleh masyarakat itu sendiri, dibandingkan dengan konten yang diproduksi secara *top-down* oleh media massa konvensional.

Fenomena *citizen journalism* menunjukkan bahwa audiens tidak lagi pasif dalam mengonsumsi konten media, melainkan berperan aktif dalam memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi konten secara partisipatif. Skrikandi dan Budiarta (2023) mengkritik bahwa teori ekologi media cenderung mengabaikan peran aktif audiens dalam mempengaruhi perkembangan media.

Temuan Skrikandi dan Budiarta (2023) ini memberikan perspektif baru dalam memahami dinamika hubungan antara media dan audiens di era konvergensi media. Hal ini menunjukkan bahwa teori ekologi media perlu terus dikembangkan dan disesuaikan dengan perubahan lingkungan media yang semakin kompleks, termasuk dengan mengintegrasikan perspektif baru tentang peran aktif audiens dalam proses produksi dan distribusi konten.

Fenomena *citizen journalism* yang disoroti oleh Skrikandi dan Budiarta (2023) memberikan perspektif baru dalam memahami dinamika hubungan antara media dan audiens di era konvergensi media. Media sosial saat ini menjadi sarana bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan distribusi informasi, yang disebut sebagai *participatory media culture*. Hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak lagi pasif dalam mengonsumsi konten media, melainkan berperan aktif dalam memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi konten secara partisipatif.

Temuan ini menjadi kritik terhadap teori ekologi media yang cenderung mengabaikan peran aktif audiens dalam mempengaruhi perkembangan media (Skrikandi & Budiarta, 2023). Teori ekologi media lebih berfokus pada bagaimana media beradaptasi dengan lingkungannya, namun kurang mempertimbangkan peran audiens sebagai agen yang juga dapat mempengaruhi lingkungan media. Dengan munculnya fenomena *citizen journalism*, terlihat bahwa audiens dapat berperan sebagai produsen konten dan mempengaruhi arus informasi dalam lingkungan media.

Meskipun menjadi kritik terhadap teori ekologi media, fenomena *citizen journalism* juga dapat dilihat sebagai bentuk adaptasi media terhadap perubahan lingkungan media yang semakin partisipatif. Media massa konvensional dapat memanfaatkan *citizen journalism* sebagai sumber konten alternatif dan melibatkan audiens dalam proses produksi konten. Dengan demikian, media dapat tetap mempertahankan eksistensinya dengan beradaptasi terhadap perubahan perilaku audiens dan menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi partisipatif audiens di era konvergensi media.

Simpulan

Dalam menghadapi era globalisasi dan perkembangan teknologi digital, media massa informatif konvensional seperti radio dan televisi perlu mengadopsi strategi ekologi media untuk mempertahankan eksistensi mereka. Studi kasus pada RRI Denpasar dan Selaparang TV menunjukkan bahwa memanfaatkan modal, jenis isi media, dan jenis isi audiens secara efektif merupakan kunci untuk bertahan di tengah persaingan dengan media baru. Namun, tantangan seperti sumber pendapatan terbatas, pergeseran preferensi audiens, dan perubahan perilaku konsumsi media juga harus diatasi dengan baik.

Fenomena *citizen journalism* sebagai *implementasi participatory media culture* menunjukkan bahwa teori ekologi media perlu dikembangkan lebih lanjut dengan mengintegrasikan peran aktif audiens dalam proses produksi dan distribusi konten. Media massa konvensional dapat beradaptasi dengan melibatkan audiens sebagai produsen konten alternatif dan menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi partisipatif audiens.

Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang strategi ekologi media yang efektif bagi media massa informatif konvensional untuk mempertahankan eksistensinya di era globalisasi. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pengelola media dalam merumuskan strategi yang tepat dan menghadapi tantangan yang ada.

Rujukan

- Adleman, D. (2022). *Twilight of the Eidos: rhetoric, ecology, media (and White Noise)*. *Cultural Studies*, 36(3), 410–427. <https://doi.org/10.1080/09502386.2021.1946580>
- Bungin, B. (2021). *Penelitian kualitatif komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya (Edisi ketiga)*. Kencana.
- Habibie, D. K. (2018). *Dwi fungsi media massa*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79–86.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi (Edisi pert)*.
- Kustiawan, Winda, dkk. (2022). *Komunikasi massa*. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 1–9.
- Maharani, D. (2021). *Strategi RRI (Radio Republik Indonesia) Palembang mempertahankan minat pendengar di era digitalisasi penyiaran*. *Publikasi Penelitian Terapan dan Kebijakan*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.46774/pptk.v4i1.334>

-
- Palar, M. R. A., Sukarsa, D. E., & Ramli, A. M. (2018). *Indonesian system of geographical indications to protect genetic resources, traditional knowledge and traditional cultural expressions*. *Journal of Intellectual Property Rights*, 23(4–5), 174–193.
- Skrikandi, M. B., & Budiarta, I. N. P. (2023). *Citizen journalism sebagai implementasi dari participatory media culture di era konvergensi media*. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 8(1).
<https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i1.10>