

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Beberapa tahun terakhir, dunia telah memasuki era baru yang ditandai dengan pergeseran besar dari teknologi mekanik dan analog, menjadi teknologi digital. Fenomena digitalisasi ini terjadi pada hampir semua aspek kehidupan manusia, baik dari bisnis, publik, pemerintahan, bahkan kehidupan domestik. Pergeseran ini bukan hanya menciptakan tantangan baru, namun juga membuka banyak peluang untuk inovasi, pertumbuhan ekonomi, dan perubahan positif dalam cara manusia beradaptasi dan berinteraksi dengan dunia sekitar.

Dalam menjawab tantangan transformasi digital yang sedang marak digaungkan, program *talk show* “DigiTime” memiliki tujuan sebagai salah satu sumber literasi digital dalam mempersiapkan talenta digital di masa depan. Kebutuhan talenta digital di masa depan menjadi salah satu isu yang marak dibahas dalam proses transformasi digital. Oleh karena itu, program *talk show* “DigiTime” fokus membahas aspek-aspek penting yang harus dimiliki oleh individu untuk mempersiapkan diri ke depannya.

Program *talk show* “DigiTime” menggabungkan media konvensional dan media sosial sebagai satu kesatuan, tidak hanya sebagai saluran distribusi, tetapi juga sebagai sumber konten. Melalui integrasi televisi dengan media sosial dengan memanfaatkan berbagai fitur yang ditawarkan oleh media sosial melalui pertanyaan, komentar, dan polling, partisipasi penonton dapat dihadirkan untuk menciptakan hubungan timbal balik antara program dan penonton. Hal ini memungkinkan pertukaran ide yang lebih responsif dan membuka dialog yang lebih berkelanjutan.

Pendekatan interaktif tersebut juga didukung dengan visualisasi media sosial yang dihadirkan melalui grafis-grafis, yang didesain menyerupai tampilan antar muka platform media sosial yang banyak dikenal masyarakat. Hal ini membantu penonton untuk lebih memahami apa yang ditanyakan oleh netizen.

Program *talk show* “DigiTime” juga berfungsi sebagai medium edukasi digital dengan menyajikan informasi melalui perbincangan antara *host* dan narasumber. Pendekatan yang menggabungkan hiburan dan edukasi memberikan kontribusi positif terhadap upaya meningkatkan literasi digital di kalangan masyarakat. Penciptaan ini menjadi pengaplikasian integrasi program televisi dengan media sosial, dengan menjadikan media sosial sebagai jembatan interaktif antara penonton dengan program.

B. Saran

Dalam penciptaan karya program *talk show* “DigiTime”, terdapat saran yang diajukan guna memperkaya, meningkatkan, dan mengembangkan program serupa kedepannya. Penting untuk melakukan riset mendalam terhadap objek penciptaan untuk membantu penyusunan *treatment* dan topik pembahasan agar terus relevan dengan isu yang sedang beredar di masyarakat, khususnya isu mengenai teknologi, karena teknologi terus berkembang dan berubah dengan cepat.

Riset untuk menentukan topik bahasan bisa berdasarkan pemantauan di masyarakat ataupun menggunakan *tools* yang tersedia seperti Google Trends atau platform analitik lainnya. Hal ini dapat memberikan wawasan mendalam mengenai isu-isu yang sedang ramai di masyarakat dan memastikan bahwa “DigiTime” tetap menjadi sumber informasi yang *up-to-date* dan relevan.

Selain itu, seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial, penciptaan program yang memanfaatkan integrasi media sosial, perlu untuk terus beradaptasi. Penggunaan teknologi dan eksplorasi fitur-fitur yang tersedia di media sosial yang baru dapat membawa keberlanjutan dan inovasi-inovasi baru. Oleh karena itu, penting untuk terus memantau perubahan tren dan mengintegrasikan elemen-elemen baru yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Nia. "Transformasi Digital Sebagai Inovasi Marketing." Di *Transformasi Digital dari Berbagai Aspek*. Editor Irina Mildawani & Hadion Wijoyo, 107-117. Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021.
- Arifin, Eva. *Broadcasting to be broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Kasali, Rhenald. *Disruption*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017.
- Latief, Rusman & Yusiati Utud. *Siaran Televisi Non-Drama : Kreatif, Produksi, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: Kencana. 2015.
- Morissan. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengolah Radio & Televisi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Kencana PRENADAMEDIA Group, 2008.
- Naratama, Rukmananda. *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Multi Camera*. Jakarta: Grasindo, 2004.
- Proulx, Mike & Stacey Shepatin. *Social TV: How Marketers Can Reach and Engage Audiences by Connecting Television to The Web, Social Media, and Mobile*. Hoboken: John Wiley & Sons Inc., 2012.
- Ross, Karen & Virginia Nigthingale. *Media and Audiences: New Perspective*. Glasgow: Open University Press, 2003.
- Strangelove, Michael. *Post-TV : Piracy, Cord Cutting, and the Future of Television*. Toronto: University of Toronto Press, 2015.
- Taprial, Varinder & Priya Kanwar. *Understanding Social Media*. Ventus Publishing, 2012.
- Timberg, Bernard M., *Television Talk: A History of The TV Talk Show*. Austin: University of Texas Press, 2002.
- Van Es, Karin. *The Future of Live*. Cambridge dan Malden: Polity Press, 2017.
- Wibowo, Fred. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007.
- Yoedtadi, Moehammad Gaffar. "TV Sosial: Televisi dan Media Sosial." Di *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. Editor Wulan P. Sari & Lydia Irena, 92-105. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Zettl, Herbert. *Television Production Handbook, (12th Ed)*. Stamford: Cengage Learning, 2014.

Komisi Penyiaran Indonesia. *Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS)*. 2012



DAFTAR JURNAL

- Harrington, Stephen, Tom Highfield, & Axek Bruns. "More than a backchannel: Twitter and television." *Participations*, vol. 10, no. 1 (2013): 405-409
- Sumartias, Suwandi & Moh. Hafizni. "Convergence Trends in the Television Media Industry – A Case of Study on the Implementation of Media Convergence in Metro TV, Jakarta". *The International Conference on Design and Technology*, KnE Social Sciences (2017): 83-89



DAFTAR LAMAN

- AlphaBeta. “Building Digital Skills for the Changing Workforce in Asia Pacific and Japan (APJ): AWS APJ Digital Skills Study.” (2022)
<https://alphabeta.com/our-research/building-skills-for-the-changing-workforce-in-asia-pacific-and-japan/> (diakses 13 Oktober 2022)
- Asosiasi Penyelenggaran Jasa Internet Indonesia. “Profil Internet Indonesia : Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet”. (2022)
<https://apji.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022> (diakses 13 Oktober 2022)
- Goolge, Temasek, & Bain&Company. “e-Conomy SEA 2021: The SEA Digital Decade.” (2021)
https://services.google.com/fh/files/misc/indonesia_e_conomy_sea_2021_report.pdf (diakses 3 Januari 2023)
- We Are Social. “Digital 2022: Another Year of Bumper Growth.” (2022)
<https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> (diakses 9 Januari 2023)

