

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana konvergensi media dilakukan oleh Unit Pers Mahasiswa UPI Bandung dan Suara Mahasiswa UNISBA, bagaimana konvergensi iklan yang dilakukan oleh Unit Pers Mahasiswa UPI Bandung dan Suara Mahasiswa UNISBA.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kualitatif. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi dengan jumlah informan sebanyak 2 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan sedalam-dalamnya mengenai fenomena yang terjadi.

Berdasarkan hasil penelitian dengan melakukan wawancara, dengan memanfaatkan teknologi yang terus berkembang, konvergensi dilakukan untuk mempermudah konsumen mencari dan menikmati informasi yang dihasilkan. Secara signifikan pemanfaatan dari media baru khususnya media sosial menjadi faktor kunci keberhasilan konvergensi. Penyebaran informasi atau berita melalui line dan instagram yang langsung diintegrasikan ke *website* menjadi poin penting mudahnya memperoleh informasi dengan mengikuti perkembangan jaman saat ini. Selain itu, ketika informasi yang di publikasikan melalui media cetak tidak semua orang dapat menikmati, maka dengan melihat perilaku konsumen disediakan juga informasi melalui media *online* yaitu portal *website*. Hal ini sudah dan sedang dilakukan oleh Unit Pers Mahasiswa UPI Bandung dan Suara Mahasiswa UNISBA. Selanjutnya, hal ini dimanfaatkan untuk memperoleh sumber dana lain agar proses pembuatan berita semakin lancar. Khususnya untuk Suara Mahasiswa UNISBA, pers mahasiswa ini telah berhasil mendapatkan pengiklan yang membantu organisasi ini agar bisa lebih produktif. Terbukti dengan banyaknya produk yang dihasilkan. Cozy misalnya, produk yang banyak diminati oleh pembaca yang menarik para pemasang iklan untuk mempromosikan produknya di dalam cozy ini.

Kesimpulan penelitian ini, konvergensi yang dilakukan oleh Unit Pers Mahasiswa UPI Bandung dan Suara Mahasiswa UNISBA sudah cukup baik, namun perlu ada perbaikan dalam beberapa hal. Seperti melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkala serta perubahan sistem agar bisa lebih meningkatkan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki oleh kedua pers mahasiswa tersebut.

Kata kunci : konvergensi media, konvergensi iklan, penelitian kualitatif, media baru, iklan, *online*, UPM UPI dan SM UNISBA.