**”Generating Meaning Dalam Lanskap Media Morfosis”**

**Pidato Ilmiah Pengukuhan Guru Besar Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si**

**Aula Universitas Mercu Buana, 30 Oktober 2023**

Yang saya hormati,

* Wakil Ketua MPR,
* Dirjen DIKTI Kemdikbudristek
* Kepala LL DIKTI Wilayah III,
* Para Guru Besar tamu yang hadir
* Ketua Badan Pembina Yayasan Menara Bhakti
* Ketua Pengurus Yayasan Menara Bhakti
* Sekretaris Yayasan Menara Bhakti
* Ketua dan Anggota Senat
* Rektor Universitas Mercu Buana, Prof Dr. Andri Andriansyah
* Para Wakil Rektor
* Para Dekan
* Para kepala Biro
* Para Ketua Lembaga
* Civitas Akademik dan Tenaga Kependidikan UMB
* Para Kolega, Kerabat, Keluarga dan sahabat yang telah hadir
* Dan para Undangan Hadirin yang saya muliakan

***Assalamualaikum warahmatulloh wabarokatuh,***

Alhamdulillahirobbil alamiin, puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT. Atas segala rahmat-Nya kita dapat berkumpul dan bersilaturahim pada hari yang berbahagia ini dalam’Sidang Senat Terbuka Universitas Mercu Buana dalam rangka pengukuhan Guru Besar Universitas Mercu Buana Jakarta’. Shalawat dan salam kita sampaikan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW sebagai teladan umat Islam di Dunia.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, saya mohon izin kepada para Guru besar, guru-guru saya, senior, sejawat dan hadirin semua untuk dapat menyampaikan gagasan dan pemikiran saya tentang ”**Generating meaning” di era digital dalam Lanskap Mediamorphosis.**

Hadirin yang saya muliakan,

Pemikiran dalam orasi ini dilandasi cara pandangan dimana komunikasi sebagai suatu interaksi pertukaran makna, yang secara berkelanjutan menghasilkan produk sosial. Komunikasi dipahami, diproduksi, disampaikan dan dikonsumsi dalam berbagai konteks sosial, budaya dan teknologi. Pada awalnya ilmu komunikasi terfokus pada komunikasi interpersonal dan media massa konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi. Namun perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi, telah membawa perubahan mendasar dalam cara kita berkomunikasi yang diperantarai media.

Media sebagai tknologi mengalami beberapa tahap perubahan, transformasi bahkan bermetamorfosis. Fidler (2003) menyebut fase perkembangan media dengan nama mediamorfosis. Henry Jenkins, teoritikus konvergensi menggambarkan bagaimana media konvensional dan digital bertemu dalam budaya konvergensi. Jenkins mendefenisikan konvergensi sebagai proses penyatuan yang terus menerus terjadi antara berbagai bagian seperti teknologi, industri, konten dan khalayak melalui media komunikasi. Fidler (2003) menyatakan, mediamorfosis bukanlah sekedar teori atau cara berpikir yang terpadu tentang evolusi teknologi media komunikasi. Mediamorfosis mendorong kita untuk memahami semua bentuk sebagai bagian dari sebuah sistem yang saling terkait, dan mencatat berbagai kesamaan dan hubungan yang ada antara bentuk yang muncul di masa lalu, masa sekarang, dan yang sedang dalam proses kemunculannya. Dalam mediamorfosis, ada tiga konsep, yakni **kompleksitas**, **konvergensi** dan **koevolusi**.

1. Koevolusi adalah perubahan dari penggunaan bahasa lisan dan tulisan sebagai bahasa sehari-hari berevolusi membangun kelas baru dalam bahasa yang dikenal dengan bahasa digital. Bahasa ini merupakan lingua franca komputer dan berbagai jaringan telekomunikasi global. (Perloff, 2003)(Briandana & Irfan, 2019)
2. Konvergensi adalah proses akibat adanya sedikit kesamaan antara penyiaran, film, percetakan, dan industri komputer. Konvergensi adalah persilangan alur atau kombinasi yang menghasilkan transformasi pada setiap pemusatan atau penyatuan teknologi, seperti penciptaan teknologi dan penyatuan teknologi baru dan lama.
3. Kompleksitas merupakan akibat proses konvergensi (Fidler, 2003).

Mediamorfosis, menggambarkan perubahan drastis dalam dunia media dan komunikasi yang terjadi sebagai respons terhadap kemajuan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan evolusi cara kita berinteraksi dengan informasi dan hiburan. Beberapa perubahan yang terjadi dalam ranah komunikasi, antara lain :

1. Mediamorfosis mempengaruhi dinamika komunikasi secara keseluruhan. Hal ini mencakup peralihan dari media konvensional seperti surat kabar dan televisi ke media digital seperti situs berita, media sosial, dan aplikasi perpesanan. Perubahan-perubahan ini mempengaruhi cara berita dan informasi disampaikan, dipromosikan, dan dikonsumsi masyarakat. (Leong & Ho, 2021)
2. Perubahan media juga mempunyai dampak budaya dan sosial yang signifikan. Media digital memengaruhi cara kita berpartisipasi dalam budaya populer, membentuk identitas digital, dan merespons isu-isu sosial. Misalnya, platform media sosial memainkan peran besar dalam menyebarkan tren budaya, menyuarakan gerakan sosial, dan membentuk opini politik.(Dean, 2014)
3. Mediamorfosis juga menciptakan perubahan dalam industri media. Perusahaan media dan hiburan harus beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen, model bisnis baru, dan persaingan online. Hal ini menciptakan tantangan dan peluang baru dalam strategi komunikasi pemasaran, produksi konten, dan inovasi media. Ilmu komunikasi perlu memahami dinamika industri ini dan implikasinya bagi pelaku bisnis media.(Feller & Burroughs, 2022)(Hammad, 2015)

Perubahan mendasar dalam cara komunikasi dan budaya berubah sebagai akibat dari perkembangan teknologi media ini oleh Marshall Mcluhan disebut sebagai Lanskap mediamorfosis sebagaimana dituliskan dalam bukunya "Understanding Media: The Extensions of Man" pada tahun 1964. Jadi, “lanskap mediamorfosis” adalah konsep yang menggambarkan perubahan signifikan dalam cara komunikasi, informasi, dan budaya berubah ketika teknologi media mengalami transformasi. Ini mencakup pemahaman bahwa setiap bentuk media, mulai dari cetakan hingga internet, memiliki karakteristik dan pengaruh yang berbeda-beda terhadap individu dan masyarakat. Perubahan media teknologi dapat mempengaruhi cara kita berkomunikasi, berpikir, dan menafsirkan dunia di sekitar kita. Teknologi dan media saling mempengaruhi dan berinteraksi dengan budaya, masyarakat, dan politik. Pengaruh teknologi digital terhadap konstruksi makna, perubahan budaya, dan pengaruh ekonomi dalam media semuanya menjadi subjek yang penting dalam konteks SCOT dan Cultural Studies. Kerangka dari kedua pemikiran ini secara teoritis ini membantu kita memahami bagaimana perubahan teknologi dan media di era digital memiliki dampak yang signifikan pada cara kita memahami dan berpartisipasi dalam budaya dan masyarakat. Dalam kaitan lanskap mediamorfosis di era digital ini analisa SCOT difokuskan pada unsur-unsur berikut:

1. Peran Teknologi: SCOT menekankan bahwa teknologi bukanlah entitas mandiri, tetapi sesuatu yang terbentuk melalui interaksi sosial. Dalam lanskap mediamorfosis di era digital, teknologi media seperti platform sosial, perangkat pintar, dan algoritma bukan hanya alat, tetapi juga agen sosial yang aktif dalam membentuk budaya dan realitas sosial.
2. Interaksi Aktor Sosial: SCOT menggarisbawahi pentingnya interaksi antara berbagai aktor sosial dalam proses pengembangan dan penerimaan teknologi. Di era digital, perusahaan teknologi, pengguna, pemerintah, dan kelompok-kelompok lain semuanya terlibat dalam membentuk cara media digunakan dan diinterpretasikan.
3. Rekonstruksi Konten Media: Perkembangan teknologi digital memungkinkan rekonstruksi konten media dengan cepat. Misalnya, citra dan berita dapat dengan cepat diperbarui atau diubah, menciptakan kenyataan sesuai framing yang diinginkan.

Selanjutnya untuk membongkar bagaimana konstruksi dan rekonstruksi konten analisis Cultural Studies (CS) difokuskan pada:

1. Pengaruh Media Terhadap Budaya: Pendekatan Cultural Studies menekankan peran media dalam membentuk budaya dan konstruksi makna. Di era digital, media memainkan peran sentral dalam mempengaruhi budaya dengan mempromosikan nilai-nilai, norma, dan naratif tertentu.
2. Kontrol Kepentingan Komersial: CS menyoroti bagaimana kepentingan komersial, seperti iklan dan semangat monetisasi, mempengaruhi konten media. Media digital sering digunakan sebagai sarana promosi produk dan layanan, dan ini dapat mengubah cara makna yang dihasilkan dan dikomunikasikan.
3. Peran Pengguna/NetizenMedia: Cultural Studies mengakui peran aktif pengguna media dalam konstruksi makna. Pengguna media digital memiliki peran dalam menciptakan konten, berpartisipasi dalam diskusi, dan berkontribusi pada interpretasi makna konten media.

Mengacu pada uraian di atas makalah ini bertujuan untuk:

1. Memahami bagaimana lanskap mediamorfosis era digital dan konstruksi sosial teknologi mempengaruhi pembentukan makna (pembuatan makna) dalam media.
2. Menganalisis perubahan makna dalam masyarakat dalam dalam ekosistem mediamorphosis.
3. Menjelaskan transformasi generating meaning yang dimonetisasi mendorong terkonstruksinya industri makna

**Hadirin yang saya hormati,**

Konsep SCoT yang dipelopori Trevor Pinch and Wiebe Bijker merupakan suatu bagian penting dari kajian terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi yang berusaha melakukan analisa teknologi sebagai hasil bentukan sosial (*social shaping of technology*) (Klein & Kleinman, 2002, p.28). **Dalam konteks ini teknologi adalah produk sosial.** SCoT berupaya memahami hubungan yang kompleks antara masyarakat dan teknologi (Lievrouw & Livistone, 2006)dan (Jones & Bissell, 2011). Teknologi adalah produk dari konstruksi sosial, yaitu proses di mana masyarakat bersama-sama menciptakan, mengembangkan, dan memahami teknologi. Keputusan dan pilihan yang dibuat oleh aktor-aktor sosial dalam konteks tertentu berkontribusi pada bentuk dan fungsi teknologi.(Mulyana et al., 2019)

Analisis dalam perspektif SCOT dapat dilakukan dengan menganalisis tiga elemen utamanya, yaitu fleksibilitas interpretasi, kelompok sosial yang relevan, dan kerangka teknologi.(Pinch, 2019)

1. **Fleksibilitas Interpretasi**

Konsep fleksibilitas interpretasi mengacu pada gagasan bahwa teknologi tidak memiliki makna yang melekat atau interpretasi yang tetap. Sebaliknya, makna dan pentingnya suatu teknologi dikonstruksi individu dan kelompok sosial berdasarkan persepsi, kebutuhan, dan konteks sosial mereka. (Gandal, 2007).(Pinch, 2019)

1. **Kelompok Sosial Relevan**

Kelompok sosial yang relevan adalah **aktor atau pemangku kepentingan utama yang terlibat dalam pembentukan pengembangan, adopsi, dan penggunaan suatu teknologi**. Kelompok-kelompok ini memainkan peran sentral dalam menentukan fitur, fungsi, dan makna suatu teknologi.(Eilders et al., 2022)

1. **Kerangka Teknologi**

Kerangka ini mencakup pemahaman dan keyakinan bersama yang pada akhirnya membentuk cara orang memandang dan berinteraksi dengan teknologi tertentu. Pengguna platform media sosial Facebook memiliki kerangka teknologi yang dapat memandu harapan untuk dapat terhubung dengan teman dan berbagi pembaruan. (Sturgeon, 2021) Namun, kerangka ini juga dapat berubah seiring waktu karena peristiwa eksternal seperti skandal privasi, sehingga mengubah cara pengguna memandang dan berinteraksi dengan teknologi.

Dalam pandangan SCOT, makna dibentuk oleh masyarakat dan pengguna. Media digital tidak memiliki makna baku yang telah ditentukan sehingga memberikan peluang **kontestasi makna** sedemikian rupa. Misalnya, media sosial awalnya digunakan untuk interaksi sosial, namun kemudian berkembang menjadi alat politik atau komersial.(Boǧa & Topcu, 2020)

Dengan memahami lebih dalam bagaimana teknologi dan media digital dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya, maka peran SCOT dapat digunakan mengusung aspek etis, agar kita dapat mengidentifikasi dan mengatasi potensi dampak negatif, seperti masalah privasi, diskriminasi, atau ketidaksetaraan akses, bahkan menurut (Sihabudin, 2017) bisa terjadi apa yang disebut dengan Tecnotronic Etnocide: teknologi komunikasi sebagai pembunuh budaya.

Selanjutnya dalam upaya mengidentifikasi secara berkaitan stereotip, bias, dan narasi-narasi tertentu yang mungkin muncul di era mediamorfosis, Cultural Studies dapat digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana budaya, identitas, kekuasaan, dan politik tercermin dalam media. (Burton, 2008) Dengan pendekatan Cultural Studies kita juga dapat menganalisis peran media dalam penyebaran ideologi dan kontrol kekuasaan. Ini membantu dalam mengidentifikasi dominasi budaya dan ideologi yang mungkin terjadi dalam media. (Rusadi, 2015) Di era digital, Cultural Studies membantu dalam memahami bagaimana platform media sosial dan teknologi lainnya dapat memengaruhi dinamika kekuasaan dan pengaruh dalam masyarakat. (Weissenrieder & Fairclough, 1997)

**Hadirin yang saya hormati,**

Generating meaning yang merepresentasikan monetisasi konten yang menjadi penggerak utama menuju industri makna dalam ekosistem digital saat ini. Monetisasi dalam industri konten digital tidak hanya menciptakan makna dalam hal peningkatan pendapatan, tetapi juga dalam hal peningkatan kualitas, inovasi, dan eksplorasi konten. Hal ini juga menciptakan peluang bisnis dan penghasilan bagi banyak individu dan perusahaan yang terlibat dalam industri ini. Namun disisi lain, adanya dampak negatif dari kuatnya hasrat monetisasi konten menimbulkan sejumlah krisis terkait masalah etika, nilai, dan budaya. Ini termasuk pembentukan budaya populer, meme, dan gerakan sosial yang memanfaatkan media. Representasi generating meaning muncul berupa:

1. Sensasionalisasi Konten:
2. Efek Penguatan Positif yang berlebihan:
3. Memperteguh isu Negatif ketika dinikmati sebagai hiburan:
4. Perilaku Tidak Etis:
5. Exploitasi Siklus isu Negatif dari coment netizen:
6. Eksploitasi Isu Sensitif:
7. Efek Sosial yang merusak tetapi jadi tuntunan:

**SKEMA 2. PENDEKATAN SCOT DAN CULTURAL STUDIES**

**DALAM MEDIAMORFOSIS DAN PEMBENTUKAN INDUSTRI MAKNA**



**Hadirin yang saya hormati,**

Konsep Generating Meaning Merujuk pada proses menciptakan, mengelola, dan menyebarkan konten atau informasi yang memiliki makna dan nilai bagi audiens atau pengguna. Ini dapat melibatkan pembuatan konten, penceritaan, pembuatan pengalaman, dan interaksi dengan audiens untuk menciptakan nilai tambahan(Auxéméry, 2021). Generating meaning cenderung mengarah pada pengolaan content yang mengarah pada pemaknaan yang bersifat negatif seperti disinformasi dan cyberbullying. Ironisnya, content seperti ini justru dinikmati sebagai produk hiburan, terlihat dari jumlah subscribe atau folowernya di banyak platform media sosial.

**Monetisasi** adalah proses mengubah nilai (dalam bentuk konten, layanan, atau data) menjadi pendapatan. Dalam konteks digital, monetisasi dapat terjadi melalui berbagai cara, seperti iklan, penjualan produk atau layanan, langganan, lisensi, dan lainnya. (Yakob, 2015)

 Dengan demikian hubungan antara ekosistem digital dan monetisasi dalam Generating Meaning adalah kunci dalam memahami bagaimana nilai ekonomi diciptakan dalam lingkungan digital yang terus berubah. **Ekosistem digital** mengacu pada keseluruhan lingkungan di mana interaksi, transaksi, dan komunikasi digital terjadi. Ini mencakup platform online, jejaring sosial, situs web, aplikasi, dan teknologi terkait. (Boǧa & Topcu, 2020) Ekosistem digital adalah tempat di mana data, konten, informasi, dan makna dibagikan dan disebarkan. Dengan demikian, makna yang dihasilkan dari konten lebih fokus pada efek emosional dan perhatian, dengan tujuan mencapai keuntungan finansial melalui berbagai model bisnis yang mendasarinya.

**Hadirin yang saya hormati,**

keseluruhan pemikiran yang paparkan ini telah tertuang dalam sejumlah artikel saya yang telah dipublikasikan di jurnal yang terindeks **Scopus**, **Sinta 2,** **internasional dan nasional serta sejumlah penelitian mahasiswa bimbingan baik desertasi, tesis maupun skripsi**. lanksap mediamorfosis di era digital memperlihatkan demokratisasi conten yang dinamis dari para **aktor baik manusia dan non manusia yang berbasis Artifisial inteligent.**

Dari beberapa kasus yang diamati menunjukan dominannya content-content yang cenderung negatif namun menjadi pilihan bagi banyak netizen. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengelola content secara bijaksana. Perlu upaya preventif agar relasi kuasa kapitalis yang dimanifestasikan melalui semangat monetisasi tidak mendegrasi budaya masyarakat, terhindar dari konflik yang dapat menstimuli berbagai patologi sosial.

Pada titik inilah pentingnya **kesadaran** individu dan masyarakat tentang pemahaman atas konstruksi realitas sosial di era digital. Kesadaran menjadi semakin penting manakala mediamorfosis terus menghadirkan perubahan dan tantangan. **Pemahaman komprehensif** atas konstruksi realitas sosial yang terbentuk merupakan faktor penting menghadapi pesatnya perubahan dan tantangan di dunia digital. Atas uraian pemikiran di atas untuk mengendalikan liarnya content di era digital, maka dirumuskan rekomendasi:

1. Pendidikan :
	1. Integrasi Etika Konten dalam Kurikulum:
	2. Pelatihan Etika Konten:
	3. Penekanan pada Literasi Media:
2. Pemerintah
	1. Peraturan yang Ketat:
	2. Transparansi Monetisasi:
	3. Dukungan Penelitian:
3. Industri
	1. Kode Etik Industri:
	2. Audit Internal:
	3. Kolaborasi dengan Pemerintah:
	4. Kampanye Kesadaran:
	5. Kebijakan Transparansi:

**Hadirin yang saya muliakan,**

Melalui orasi ilmiah ini, saya berharap kita dapat memahami lebih dalam mengenai potensi merusak dari dinamika generating meaning sebagai konsekuensi perubahan ekosistem industri digital dan dampaknya terhadap masyarakat. Dengan pemahaman ini, kita bisa lebih bijak dalam menghadapi perubahan dan berkontribusi dalam membentuk masa depan teknologi dan budaya dengan lebih baik. Mari kita terus mencermati dinamika mediamorfosis yang luar biasa ini bersama-sama serta merespons perubahan komunikasi yang terus menerus ini menuju harmoni yang berkelanjutan.

**Para Hadirin yang saya muliakan,**

Sebagai penutup izinkan saya menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada sejumlah pihak yang telah memberikan bimbingan, kontribusi, dukungan, doa-doa tulus ikhlas, dan perhatian serta sumbangsih yang luar biasa.

1. Secara khusus, terima kasih saya sampaikan kepada Pemerintah Republik Indonesia melalui kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi atas kepercayaan yang diberikan kepada saya dalam mengemban jabatan Guru Besar dalam bidang Ilmu Komunikasi.
2. Kepada Ketua LLDIKTI III dan jajarannya memberikan dukungan teknis dan administratif selama proses ini. Mulai dari proses penilaian, hingga pemberian saran konstruktif, dan persiapan administratif, semuanya telah berjalan baik berkat dedikasi luar biasa jajaran LLDIKTI dalam memberikan layanan terbaik.
3. Kepada Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, Rektor Unversitas Mercu Buana atas dukungannya.
4. Kepada Wakil Rektor I, II, III yang selalu memberikan dukungan. Khususnya kepada Bapak Rizky Briandana, M.Comm, Ph.D atas dukungan langsung secara materil maupun moril, alhamdulilah dengan semangat kolaboratif Pak Warek mengantarkan saya menembus jurnal terindeks Scopus pertama kalinya tahun 2017.
5. Kepada Badan Pengurus Yayasan Menara, dengan semangat idealisme dari Almarhum Bapak Probosutdjo telah mengantarkan kami pada capaian ini.
6. Kepada Dekanat Fikom periode 2021-2023 saat pengajuan usulan GB, Dr. Elly Yuliawati, M.Si, Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si dan Pak Sukadi.
7. Kepada Prof. Dr. Ahmad Sihabudin, M.Si, Prof. Dr. Ibnu Hamad, M.Si, dan Prof. Dr. Rajab Ritonga, M.Si yang memberikan review dan insight menuju capain Guru Besar.
8. Kepada Ketua Senat Universitas Mercu Buana Prof. Dr. Chandra dan seluruh anggota serta rekan-rekan Tim JFA yang berkontribusi memberikan solusi baik teknis dan adminstratif, Terima kasih Pak Nuly, Pak Tarto, Bu Selly, dan Mas Rizki.
9. Kepada Rekan Dekanat Fikom periode 2023-2026, Ibu Wadek Dr. Irmulan Sati Tomohardjo, M.Si, Pak Kaprodi S1 Bapak Dr Farid Hamid, M.Si Bapak Kaprodi S2 Dr. Heri Budianto, Bapak Dr. Afdal. Makuraga, M.Si, Ibu Bapak sekprodi Dr. Suraya, M.Si, Dr, Melly, Dr Enjang, Bu Anindita dan Pak Kurniawan Prasetyo.
10. Kepada Istri tercinta, Riaty Handayani, M.Ak, ananda Hana Maulidina, S.Ikom, M.Ikom, Khaerunnisa Intan Ramadhanti, Adyaraka Gifari Akbar dan Bimo Cyril Fauzi. Serta menantu Ahmad Jefriansyah, ST. Terima kasih atas dukungan dan doa-doanya.
11. Kepada kedua orang tua saya, K.H. Ahmad Sumarna (alm) dan H. Mimah (almh), terima kasih atas doa-doanya yang tulus. Semoga segala kasih sayang yang tercurahkan menjadi amal ibadah yang melapangkan alam kubur Mama dan Ambu.
12. Kepada Ibunda Mertua, Ibu H. Sukarti dan Mohammad Hoersi (alm) yang selalu mendoakan dan memicu diri saya dengan sering bertanya, ”kapan Prof nya? Alhamdulillah Bu sudah terkabulkan doanya.
13. Kepada Kaka saya Ibu Nurhadian dan Muhamad Syaiful Makmur, adik saya Mustari Rohani dan Ahmad Setiawan, SE, MM. Terima kasih atas doa dan supportnya.
14. Kaka ipar saya, Mayor Jendral dr. Guntoro, SPK Rek. Adik ipar saya dr. Imam Sudrajat, Sp An., MARS. dan Titik Nurjanah, Terima kasih atas support dan doanya.
15. Khusus Kepada Drs. A.M. Hota Soehoet (alm), Dr Udi Rusadi, M.Si, Drs. Jamiluddin Ritonga, MS, Bapak Rizky Briandana, Phd, dan Bapak Dr Farid Hamid, M.Si dan Para Guru Besar Prof Dr Engkus Kuswarno, MS, Prof Dr. Atwar Bajari, M.S, Prof. Dr. Nina W. Syam, M.Si (almarhum) dan Dosen-dosen Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung yang tidak dapat disebutkan satu persatu diucapkan terima kasih karena telah memberikan warna dalam perjalanan intelektual saya, yang berkontribusi pada capaian Guru Besar saya.
16. Alumni Program Doktoral UNPAD angkatan 2007, Dr. Dadang Rahmat, M.Si, Dr. Wawan Wardiana, M.Si, Dr. Muhammad Aras, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk selalu berbagi semangat.
17. Kepada kolega-kolega senior Fikom-UMB Bu Dra. Diah Wardhani, M.Si, Bapak Ponco Budi Sulistyo, M.Comm, PhD, Bapak Dr. A.Rahman, M.Si, Bapak Riswandi, M.Si dan Bu Tri Diah C, terima kasih selalu berbagi semangat.
18. Terakhir, saya menyampaikan ucapan terima kasih tak terhingga kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pencapaian GB dan kegiatan pengukuhan ini, mohon maaf yang sebesar-besarnya tidak bisa menyebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.

Demikianlah yang dapat saya sampaikan, mohon maaf atas segala kekurangan. Terima kasih atas kehadiran dan perhatian Bapak, Ibu, Sdr, dan hadirin sekalian. Semoga Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, mengkonversi silaturahim hari ini sebagai amal ibadah yang ganjar pahala berlipat ganda. Amiin Ya Robbal alamiin.

*Wa billahi taufiq wal hidayah*,

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.