

## Konvergensi Jurnalistik Tabloid MetroLima Depok di Era Pandemi Covid-19

Suwanto

Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia  
\*antorusdismkn2@gmail.com

### **Abstract**

*The MetroLima tabloid has converged by combining two media from print media with internet-based technology, thus creating a new identity, namely MetroLima.Com and MetroLima TV, as well as YouTube and Instagram channels. This step was taken to face business competition and the demands of the times which are all technology-based and of course will adapt to the digital industry. The purpose of this research is to find out how the convergence in the MetroLima Tabloid maintains print media in the current digital era by using technogenic practices in the media amid the Covid-19 pandemic, and how journalistic convergence is applied to the MetroLima tabloid. This study uses a qualitative approach method. Data collection techniques by observation and interviews as well as documentation, the selected informants are editor-in-chief and readers. The results of the study show the newsroom 3.0 convergence model where the news gathering process and content are carried out by one journalist and then to be distributed to all MetroLima Depok tabloid platforms, MetroLimaNews and MetroLima TV as well as MetroLima Depok tabloid social media. The newsroom model is to streamline human resources and summarize work mechanisms. MetroLima tabloid performs convergence using E Grant's theory which refers to 3 dimensions of convergence.*

**Keywords:** *Convergence, Tabloids, Journalism, Technology, Media*

### **Abstrak**

Tabloid MetroLima melakukan konvergensi dengan menggabungkan dua media dari media cetak dengan teknologi berbasis internet, sehingga melahirkan identitas baru yaitu MetroLima.Com dan MetroLima TV. Langkah tersebut dilakukan untuk menghadapi persaingan bisnis serta tuntutan perkembangan zaman yang serba berbasis teknologi dan tentunya akan beradaptasi dengan industri digital. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana konvergensi yang ada pada Tabloid MetroLima dalam mempertahankan media cetak di era digital saat ini dengan menggunakan praktik teknogenesis pada medianya ditengah pandemi Covid-19, serta bagaimana penerapan konvergensi jurnalistik pada tabloid MetroLima. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara serta dokumentasi, informan yang dipilih adalah pimpinan redaksi dan pembaca. Hasil penelitian menunjukkan model konvergensi *newsroom 3.0* dimana proses *news gathering* dan konten dilakukan oleh satu jurnalis dan selanjutnya untuk didistribusikan ke semua platform tabloid MetroLima Depok, MetroLimaNews dan MetroLima TV serta media sosial tabloid MetroLima Depok. Model newsroom tersebut untuk mengefisienkan sumber daya manusia dan meringkas mekanisme kerja. Tabloid metroLima melakukan konvergensi menggunakan teori E Grant yang mengacu kepada 3 dimensi konvergensi.

**Kata kunci:** Konvergensi, Tabloid, Jurnalistik, Teknologi, Media

## PENDAHULUAN

Penetrasi pengguna internet di Indonesia, berdasarkan hasil survei menunjukkan, pada tahun 2022 sebanyak 210 juta jiwa pengguna internet di Tanah Air selama pandemi. Pertumbuhan angka ini sangat fantastis, artinya ada penambahan sekitar 35 juta pengguna internet di Indonesia. Masyarakat Indonesia yang semakin modern pada saat ini, tidak hanya membutuhkan pemberitaan dengan menarik, akurat dan aktual saja, namun juga membutuhkan kecepatan dalam penerimaan beritanya. Hal yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut hanyalah media online, dan banyak masyarakat Indonesia pada masa kini menjadi lebih menyadari betapa pentingnya portal berita online di internet. Karenanya, banyak situs berita online menjadi lebih digemari oleh masyarakat dibandingkan media mainstream karena informasi yang disajikan lebih segar dan *up to date* (Bayu, 2022).

Kehadiran internet pada era digital telah mengubah cara konsumen dalam penggunaan media. Perubahan bentuk penyajian berita dan informasi dari media konvensional menjadi media digital dan internet berdampak pada masa depan industri media cetak. Tuntutan zaman yang serba modern ini memaksa tabloid MetroLima untuk melakukan konvergensi. Perkembangan media komunikasi massa kedalam media daring dan serta kemajuan jaman, tidak dapat dipungkiri menggeser khlayak dari media cetak kedalam pengguna media elektronik atau *online* seiring dengan berkembangnya zaman (Putri & Hamzah, 2018). Namun media tradisional tidak dapat benar-benar mampu dikalahkan dengan oleh munculnya media daring atau *online*.

Baharudin dalam Amran menjelaskan bahwa, Robot tidak sepenuhnya dapat menggantikan kinerja

manusia yang dinilai masih lebih unggul, hal ini dikarenakan jurnalis robot, pada saat ini, hanya mampu menulis berita dengan berbasis pada data dan angka-angka, contohnya seputar keuangan perusahaan, skor hasil pertandingan sepak bola, jadwal sholat, ramalan cuaca dan sebagainya. Namun, untuk laporan-laporan jurnalistik yang lebih kompleks, seperti laporan investigasi dengan riset yang mendalam dan intensif masih hanya bisa dilakukan oleh manusia. Hal ini berdasarkan fakta tentunya karena investigasi memerlukan wawancara, verifikasi data dan konfirmasi serta pengolahan fakta dan lain-lain belum bisa dilakukan oleh robot (Amran & Irwansyah, 2018).

Dari penjelasan tersebut, tentunya pemahaman bahwa robot jurnalis tidak dapat memunculkan dan mengembangkan suatu opini, gagasan, kreativitas, dan belum dapat untuk menganalisis ataupun melakukan telaah terhadap suatu fenomena maupun peristiwa. Hal ini hanya bisa dikerjakan oleh manusia. berdasarkan hal ini, artinya peran robot sebagai jurnalis masih sangat terbatas dan masih memiliki banyak kekurangan sehingga peran manusia sebagai jurnalis tentunya masih dibutuhkan. Untuk lebih memahami bagaimana kemudahan bauran antara konvergensi media maupun jurnalistik atau berbaurnya internet dengan media telekomunikasi tradisional. Kunci utama dari konvergensi adalah digitalisasi. Informasi atau data dalam semua format diubah dari format analog dan digital sehingga dapat ditransmisikan sedikit demi sedikit (*binary digital*) (Resmadi & Yuliar, 2020). Terciptanya konvergensi media tidaklah terlepas dari media interaktif yang menghubungkan sistem komunikasi antara, baik sesama manusia ataupun antara komputer atau media itu sendiri. Inilah keunikan konvergensi media dibandingkan dengan media

tradisional.

Jika sebelumnya setiap jenis media massa berdiri sendiri secara independen atau memiliki struktur organisasi dan manajemen yang mandiri, kini para pemedia massa bergabung dalam satu kesatuan atau yang dikenal juga dengan sebutan konvergensi. Maka karenanya, dengan takjub apabila sekarang hampir seluruh media cetak dan elektronik menyajikan pemberitaan dalam bentuk *epaper*, berita *online*, dan live streaming.

Untuk membedakan nilai kebaruan penelitian sejenis, maka peneliti berupaya melakukan perbandingan dengan penelitian terdahulu melalui dua jurnal, jurnal pertama ditulis oleh Idhar Resmadi dan Sonny Yuliar 2014. Pembahasan Jurnal ini adalah ingin menjelaskan bagaimana Kombinasi media adalah salah satu kemajuan komunikasi luas yang mencakup banyak variabel mekanis di dalamnya. Kehadiran web mendorong komunikasi yang luas untuk menerapkan gagasan kombinasi media, misalnya media online, e-paper, buku digital, radio streaming, hiburan virtual, dan lain-lain. Kontes bisnis media adalah salah satu variabel yang mendorong komunikasi luas untuk menerapkan ide ini dengan alasan bahwa kemajuan mekanis tidak hanya bergantung pada desain cetak (makalah, majalah, buku). Pengembangan serikat media diperlukan agar komunikasi yang luas dapat tetap berjalan dalam periode bisnis saat ini. Sebagai jenis pengembangan, penyatuan media membutuhkan siklus dan tahapan yang berbeda dalam penerapannya. Tulisan ini akan mengikuti jalannya diseminasi kemajuan serikat media dengan objek eksplorasi Pikiran Rakyat sehari-hari. Pemeriksaan subjektif ini mewakili bagaimana kombinasi media dapat dianut oleh komunikasi yang luas secara terus menerus (Resmadi & Yuliar, 2020).

Jurnal kedua ditulis oleh Siswanto

2017, pada jurnal ini membahas tentang inovasi terus-menerus diikuti oleh pembaruan dan inovasi yang gigih di bidang data dan korespondensi saat ini sedang menghadapi pergolakan. Sampai saat ini bukan perkembangan yang lamban namun pergolakan yang secara umum akan cepat. Semakin banyak orang lain yang berevolusi. surat wasiat kemudian, pada saat itu, dibuntuti oleh inovasi Jika di masa lalu kita terbiasa duduk di depan televisi atau membaca makalah untuk data, saat ini cara hidup seperti itu telah berubah. Internet memberikan segalanya. Ditegaskan oleh ponsel, PC atau netbook atau tablet yang berbeda, semua data saat ini ada di telapak tangan. dengan persatuan ini ada dampak yang bergerak untuk mendapatkan data yang pada awalnya dari media cetak berubah menjadi media elektronik, itu mempengaruhi minat untuk membaca dengan teliti, terutama di zaman yang lebih muda. Oleh karena itu, teknik yang luar biasa diharapkan dapat membatasi substansi yang terkandung dalam media berbasis web dan memberikan bagian yang lebih besar pada media cetak (Siswanto, 2017).

Objek penelitian ini adalah Media MetroLima, hal tersebut karena MetroLima merupakan media yang menerapkan adaptasi antara manusia dan mesin untuk membuat system yang kompleks dan adaptif, yang dalam hal ini yaitu adaptasi media cetak di era digital. Namun masalah yang timbul disini adalah mahalnya harga cetak dengan kondisi perekonomian masyarakat yang belum stabil, selain mahalnya harga cetak tabloid pendistribusian beritapun menjadi sebuah tantangan baru, karena harus menyajikan berita berita yang harus segera dinikmati pembaca maupun pelanggan Tabloid MetroLima Depok.

Dalam prosesnya tabloid MetroLima terus berupaya mempertahankan pembaca maupun

pelanggannya. Sehingga, tabloid MetroLima selain membuat versi media *online* dan juga media cetak, penggabungan antara media cetak dan digital disebut dengan konvergensi, dengan adanya media *online* dan cetak tabloid MetroLima menerapkan konvergensi media dalam upaya mempertahankan pembaca. Maka tabloid MetroLima melakukan berbagai macam inovasi, diantaranya seperti tetap menampilkan halaman tabloid yang berwarna, menyajikan berita yang bervariasi dan tetap konsisten dengan segmentasi yang dipilih. Satu hal yang paling menarik dilakukan MetroLima dalam mempertahankan pembaca adalah, ketika memperingati hari jadinya, maka MetroLima mengundang seluruh pelanggannya baik dari kalangan pejabat pemerintahan daerah sampai dengan para pelapak dan pelanggan lainnya untuk bersama sama berlibur ke suatu tempat dan lebih menarik lagi para pelanggan diperbolehkan membawa keluarga. Seluruh biaya mulai dari transportasi sampai akomodasi ditanggung oleh pihak MetroLima Depok.

Strategi lain yang dilakukan adalah tetap mempertahankan harga penjualan yakni 6000 Rupiah untuk satu Tabloid yang terbit dua minggu sekali. Namun untuk harga khusus daerah Jabotabek harga bisa lebih dari 6000 rupiah, karena harga tabloid sudah di gabungkan dengan biaya kirim oleh pemesan atau wartawan di luar daerah. Untuk pelapakpun kadangkala diberikan secara cuma-cuma alias gratis, ini dilakukan selain sebagai strategi mempertahankan pembaca juga merupakan upaya lain agar tabloid MetroLima tetap eksis dalam mempertahankan oplah cetak dan penjualan. Apalagi dengan adanya Pandemi Covid-19 yang melanda dunia, tentunya sangat mempengaruhi daya saing dalam perekonomian dunia. Hal inipun ikut mempengaruhi daya beli

masyarakat yang semakin terpuruk. Tidak terkecuali media media cetak yang terkena dampak Pandemi Covid-19.

Melimpahnya informasi mengenai Covid-19 dapat menyebabkan infodemic yang menyebabkan sulitnya informasi yang benar dan yang salah untuk dibedakan. Sebuah tantangan baru dalam menangani Covid-19 adalah dikarenakan sulitnya mencapai hak publik atas informasi yang benar dan akurat. Hal ini berdampak pada perekonomian dunia, khususnya di Indonesia yang mencakup semua lini bisnis, termasuk media cetak, radio, televisi.

Tabloid MetroLima merupakan salah satu perusahaan media lokal yang terbit pertamakali pada 26 Juli 2006, surat kabar ini menampilkan topik politik, ekonomi, olahraga, hukum dan kriminal serta peristiwa lainnya yang terjadi dalam skala lokal maupun nasional, seiring berkembang teknologi media, MetroLima pada 28 oktober 2014 meluncurkan media *onlinenya* yaitu MetroLima.com dan selanjutnya merambah dunia penyiaran dengan pendistribusian video melalui kanal youtube MetroLima. Berdasarkan latar belakang diatas tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana konvergensi yang ada pada Tabloid MetroLima dalam mempertahankan media cetak di era digital saat ini dengan menggunakan praktik teknogenesis pada medianya ditengah pandemi Covid-19, serta bagaimana penerapan konvergensi jurnalistik pada tabloid MetroLima.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigm konstruktivis. Hal ini dikarenakan media MetroLima Depok dinyatakan sebagai media yang melakukan kontruksi terhadap realitas sosial. Dimana berdasarkan pandangan dunia konstruktivisme, realitas sosial yang dilihat oleh seorang individu tidak

dapat diringkas untuk semua orang yang digunakan oleh para positivis. Weber dalam Moleong, mengungkapkan bahwa pandangan dunia konstruktivisme mengevaluasi cara manusia berperilaku pada tingkat yang sangat dasar secara unik berbeda dengan cara berperilaku alam. Ini dengan alasan bahwa individu pergi sebagai spesialis yang membentuk realitas sosial, baik melalui pemahaman perilaku dan pemberian kepentingan di antara manusia (Lexy J. Moleong, 2018). Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui manfaat konvergensi Jurnalistik pada Tabloid MetroLima Depok. Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah metodologi subjektif. Metodologi subjektif percaya bahwa suatu item bersifat dinamis karena ada unit yang tak terpisahkan di setiap sisi artikel. Ini adalah konsekuensi dari perkembangan pemikiran dan terjemahan dari kekhasan yang diperhatikan dan tanpa cela (Sugiyono, 2015a).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan studi kasus jamak (*Collective Or Multiple Case Study*) adalah penelitian investigasi kontekstual yang memanfaatkan banyak kasus (Rahmat, 2012). Penelitian investigasi kontekstual ini merupakan penyempurnaan dari penelitian analisis kontekstual instrumental, dengan memanfaatkan banyak kasus. Pengambilan data dalam penelitian tentang Konvergensi Jurnalistik pada Redaksi Tabloid MetroLima dilaksanakan di kantor MetroLima. Teknik wawancara, observasi dan studi pustaka dilakukan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Analisis data adalah jalannya menemukan dan memesan informasi secara metedis dari catatan lapangan, hasil wawancara dan dokumentasi dengan mengatur informasi dalam klasifikasi, merinci ke dalam unit, menggabungkan, mengumpulkan ke dalam desain, memilih apa yang

signifikan dan mana yang dipelajari, dan memenuhi tujuan bahwa mereka dengan mudah dirasakan tanpa bantuan dari diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2015b). Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah dengan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan serta verifikasi data. dalam keabsahan data penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Konvergensi Newsroom*

Dalam konvergensi ini jurnalis yang berbeda platform, misalnya dari surat kabar, online, dan televisi menyatukan dirinya dalam satu ruang produksi berita. Mereka mengerjakan tugas sesuai dengan platform medianya. Saat ini hampir semua media menggunakan media Digital dalam memberikan informasi ditambah ditengah situasi pandemi covid 19 yang mengharuskan masyarakat menggunakan teknologi digital untuk beraktifitas. Namun Tabloid MetroLimasaat ini masih mempertahankan media cetak untuk memberikan informasi kepada masyarakat dengan cara melakukan konvergensi media dari cetak ke digital atau dengan membuat digitalisasi berita dari versi cetak ke versi audio visual. Selain itu juga media melakukan konten sharing berita, yakni berita yang dimuat pada Tabloid, ikut dipromosikan pada media online yang sudah dibuat oleh media tersebut atau sebaliknya. Tabloid MetroLimamelakukan kegiatan media cetak sejak pertama kali berdiri pada tahun 2006 dengan melakukan kegiatan pengumpulan, produksi dan pendistribusian berita secara berulang. Namun akibat kemajuan teknologi, rutinitas itu jadi berubah karena MetroLima harus beradaptasi. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan yang muncul dari tekanan persaingan,

perubahan konsumen menjadi produsen serta kuatnya tekanan teknologi internet di era digital. Teknologi internet mengharuskan surat kabar beradaptasi menjadi surat kabar online dengan menyajikan berita cepat, ringkas, tepat serta aktual dan berkelanjutan (stripping), multimedia (teks, video dan suara), serta memungkinkan adanya interaktifitas dengan pembaca sebagai pengguna lain di internet. Bentuk-bentuk media yang terlebih dulu hadir harus berupaya menyesuaikan diri dalam menghadapi kemunculan media baru dengan istilah *change or die*, berubah atau mati secara idealis, menjelaskan bahwa sebuah media harus berupaya menyesuaikan diri untuk bertahan di tengah gencatan media baru (Wibisono et al., 2019). Begitupun, dengan tabloid MetroLima, mempunyai media online adalah sebuah bentuk penyesuaian diri dalam menghadapi tantangan media baru, dengan menyajikan berita-berita yang tetap actual dan factual, agar tidak ditinggal pembacanya atau pelanggannya. Sinergitas antara media tabloid dan online yang bergabung dan membentuk konvergensi media dan jurnalistik. Konvergensi media dan jurnalistik tidak bisa dipungkiri, dapat menimbulkan kompetensi yang mampu merebut lingkungan pasar melalui iklan atau pembaca. Sumber penunjang media yakni adanya pemasukan iklan, omzet, sirkulasi, konten atau isi, dan audience atau khalayak sasaran atau pembaca untuk media MetroLima. Kehadiran media online MetroLima sebagai bagian dari tabloid MetroLima agar dapat memperluas jaringan pembaca melalui jaringan pembaca media melalui distribusi berita yang lebih beragam.

Bila sebelumnya proses produksi mulai dari perencanaan, produksi konten, hingga publikasi dilakukan oleh satu redaksi saja, kini beberapa bagian ini harus disatukan. Situasi ini mendorong

jurnalis di era multimedia harus meningkatkan kompetensinya agar bisa bekerja secara optimal. Bagi pemilik media, konvergensi media memberikan tantangan sendiri yang tidak bisa dihindari. Di era multimedia, dampak pemberitaan menjadi lebih luas lagi jangkauannya. Bila memaksakan diri dengan mengandalkan satu platform media konvensional saja, maka media tersebut akan kehilangan potensi memberi pengaruh besar. Apalagi, kelebihan multimedia adalah bisa mengirim pesan yang sama dan diterima serentak di seluruh dunia.

Secara bisnis juga sangat merugikan bila pengusaha media tidak melakukan konvergensi. Sebab, pemasang iklan memilih media yang memiliki jangkauan terluas. Bagi pengusaha-pengusaha yang bergerak dibidang media, konvergensi juga berarti efisiensi, sebab banyak bagian-bagian divisi yang bisa digabungkan, sehingga dapat dikerjakan oleh sumber daya manusia yang lebih kecil lagi. Ini berarti ada nilai ekonomis yang bisa didapatkan dari konvergensi media yang pada akhirnya akan memunculkan konvergensi jurnalistik, baik di newsroom, gathering maupun konten. Di gathering, setiap liputan yang dilakukan para jurnalis akan digunakan oleh banyak platform. Di sisi produksi, produser atau redaktur harus mengerjakan untuk banyak platform. Dalam menyampai isi konten, akan dipublikasikan pesan yang sama.

Persaingan perusahaan pada saat sekarang ini semakin luas dan terbuka, begitu juga dengan para perusahaan media, perusahaan media seolah olah bersaing untuk mendapatkan khalayak yang banyak (Miftakhur, 2018). Hal ini pun tidak terlepas dari para perusahaan media cetak yang ingin menjadi sumber informasi untuk masyarakat, dan bersaing untuk mendapatkan pembaca. Setiap media cetak memiliki strategi untuk

menghadapi persaingan secara bisnis, perekonomian, lingkungan pemasaran dan juga persaingan dengan keadaan saat ini teknologi semakin canggih. sehingga memaksa para penguasa media untuk mengatur serta mengelola sebuah perusahaan sehingga lebih unggul dari media lainnya.

Saat ini para pemilik media harus mampu bersaing agar medianya tetap diminati masyarakat begitupun pada tabloid MetroLimayang juga mengalami sedikit penurunan penjualan di era pandemi Covid-19, belum lagi dengan adanya persaingan media cetak yang lain yang sudah barang tentu melakukan konvergensinya memungkinkan khalayak yang beralih kepada media online. Maka diperlukan beberapa strategi strategi lain untuk bisa bertahan. Dalam hal ini Media tabloid MetroLima agar bisa menerapkan konvergensi jurnalistiknya juga memiliki strategi untuk mempertahankan para pembaca, seperti melakukan konvergensi newsroom. Konvergensi newsroom di MetroLima adalah penyatuan dua media dari cetak ke online terjadi karena dua hal, pertama diperkenalkannya saluran distribusi yang berbeda, sehingga perusahaan media meminta jurnalis memproduksi isi konten untuk platform dan format yang berbeda, kedua penerapan konvergensi newsroom juga terjadi ketika organisasi berita yang sebelumnya bekerja dimedia cetak tradisional meluncurkan publikasi di website (Putri & Hamzah, 2018).

Lebih lanjut konvergensi newsroom di MetroLima masih dalam bentuk newsroom, hal ini ditandai dengan hanya ada sedikit integrasi antar produksi dan distribusi berbagai jenis media. Jurnalis bekerja dengan berbagai platform dengan konten multimedia yang berbeda, untuk memberikan pilihan kepada pembaca dalam mengakses berita di perangkat yang beragam. Jurnalis juga tidak bergantung

pada divisi tradisional seperti cetak, radio, tv, dan digital, tetapi harus siap untuk bekerja dimedia apapun platformnya. Konvergensi jurnalisme menyajikan informasi dan berita dalam lebih dari satu bentuk media menggunakan kekuatan dari setiap format media itu sendiri dengan tujuan menyediakan kualitas dan kuantitas terbaik bagi publik.

### **Konvergensi *Newsgathering***

Dalam menjalankan model ini, seorang jurnalis dituntut untuk mampu mencapai tingkatan *Multitasking*. Dengan melalui pelatihan atau training khusus, seorang jurnalis dituntut untuk dapat melakukan pekerjaan yang dilakukan oleh media dengan platform lain dalam satu grup. Misalnya, seorang wartawan cetak harus mampu membuat berita untuk cetak, *online*, dan sekaligus untuk televisi. Selain itu juga dituntut untuk mengambil foto atau video (Khadziq, 2016). perkembangan teknologi membuat banyaknya tumbuh media *online* persaingan untuk mempertahankan pembaca pada media *online* dengan banyaknya fenomena berdirinya media *online*. Persaingan yang sesama media *online* membuat Tabloid MetroLima berupaya agar pembaca bertahan untuk terus membaca situs media dari MetroLima.news.com.

Media *online* tumbuh setiap hari. jadi bagaimana strateginya untuk tetap bertahan, untuk bagaimana tetap diminati para pembaca, dengan banyaknya media *online*, perkembangan zaman, sehingga Tabloid MetroLimatv, memiliki *google analytics* yang mana harus daftar dan bayar ukuran dan aktivitas di web pencarian jadi bukti dengan adanya *share eidge* hal tersebut membuat media kita unggul dari media *online* lain, ketika pembaca membuka situs web berita adalah di temui iklan dan itu pemasukan keuangan buat media. Jadi untuk

membuktikan kalau situs media *online* kita itu banyak dibuka atau dibaca orang dan kita bias mengetahuinya, dan hal ini juga yang menjadi pembuktian kalau media *online* kita dibaca oleh masyarakat. Sejauh ini MetroLima baru bisa memantau tayangan MetroLima TV, melalui viwer di youtube.



Gambar 1. Tampilan MetroLima.Com di Youtube, 2022

Penggunaan *google analytic* dapat menampilkan statistik pengunjung atau pembaca sebuah situs atau web, dan juga menganalisis efektivitas iklan, serta mampu mengetahui iklan dan kata kunci apa yang paling banyak merujuk ke situs web pengguna (Ramadhan, 2019). Namun dalam hal ini MetroLima belum melakukannya, karena masih merujuk kepada tampilan di Youtube. Sisi lain menggunakan teknologi, media tidak terlepas dari isi konten didalamnya begitu juga dengan *online*, dalam menyajikan konten didalamnya untuk menghadapi persaingan bahwa media cetak tumbuh setiap harinya, dengan menyajikan informasi media *online* seperti yang dijelaskan oleh Agus Gunawan: “Untuk menjadi media *online* yang unggul dari yang lain adalah akurasi, bukan hanya sekedar kecepatan tapi bagaimana informasi yang akurat yang kita berikan ke pembaca, info yang tidak jelas tidak berani di turunkan. Selanjutnya adalah kecepatan yang akhirnya media kita di

cari orang adalah informasi yang cepat. Server *IT* kita yang mampu menampung, sarana dan prasana sehingga informasi konten berita apapun ada, informasi tentang bola, selebriti, hukum dan kriminal, *life style*, otomotif, ekonomi bisnis dan pendidikan dengan demikian pelaku bisnis media online akan lebih diminati masyarakat.

Media *online* MetroLimaneews.com dalam penyajiannya mengutamakan kecepatan dalam menyebarkan informasi kepada para pembaca. Selain harus mengandalkan kecepatan adalah kebenaran dari informasi tersebut, antara kecepatan dan kebenaran harus saling berkaitan, sehingga pembaca bisa mempercayai media *online* tabloid MetroLima. Jadi informasi yang disampaikan kepada para khalayak adalah informasi yang cepat, tepat dan dapat dipercaya kebenarannya. Ini semua tidak lepas dari sumber daya, sarana dan prasarana, MetroLimaneews sendiri memiliki jangkauan yang luas, yang mencakup wilayah yang cukup besar, server dari *IT* yang mampu mencakup jangkauan dan wilayah yang luas, yang mampu memberikan informasi yang diminati masyarakat, masyarakat membutuhkan informasi yang sudah disediakan oleh konten-konten berita, seperti olahraga, selebriti, kriminal, gaya hidup, otomotif, konten berita seperti itulah yang diminati masyarakat.

Pada media *online* tidak terlepas dari penggunaan judul yang menarik agar informasi itu di klik oleh para pembaca, hal ini sering disebut dengan istilah *clickbaith*. *Clickbaith* yang berarti umpan klik yang membuat agar para pembaca tertarik untuk mengklik judul berita atau membukanya, ternyata isi beritanya tidak seperti yang diduga atau diharapkan. Hal ini lazim digunakan untuk *adsense* iklan (*Adsense* adalah cara gratis dan mudah untuk memperoleh uang dengan menampilkan iklan di samping konten

*online*) ini bisa menambah pundi pemasukan untuk pemasukan dari situs media *online* tabloid MetroLima.

Mengenai penggunaan *clickbait* hal ini seperti dijelaskan oleh Agus Gunawan pada awal berdirinya media *online* MetroLima news sekitar 6 tahun lalu *clickbait* yang dimaknainya sebagai pancingan dengan memberikan judul yang dibuat semenarik mungkin alias bombastis, isinya tidak seheboh judulnya, hanya saja ekspetasi pada saat membaca biasa biasa saja, bukan berarti isinya tidak sesuai judul, isinya tetap sesuai judul, namun ketika membacanya isi berita tidak seheboh dengan judul diatas. Dengan menggunakan strategi *Clickbait* ini bisa di gunakan sebagai strategi pencarian Google, agar supaya bisa mengetahui ketika berita apa saja sudah ada di google dan juga agar supaya bisa menghidupkan media *online*, untuk bisa bersaing dengan media *online* lainnya.

MetroLima sendiri memang harus pandai pandai mengatur strategi pada media *onlinenya*, dengan harapan para pelanggannya tetap setia dan terus mengikuti perkembangan berita. Strategi yang dilakukannya adalah dengan menggunakan *clickbait*, pada saat ingin menghidupkan media *online* agar tumbuh dan selalu berkembang seiring perkembangan zaman maka di terapkan penggunaan *clickbait* agar konten-konten berita yang disajikan ke pembaca ada di pencarian google, sehingga dengan penggunaan *clickbait* pembaca diharapkan membaca konten berita yang disediakan, hal ini agar pada situs daringnya diposisi teratas. Jurnalisme *Clickbait* merupakan sebuah produk jurnalistik yang lebih mensubstansikan pemerolehan click dari para pembaca. Artinya, sebuah berita dan produk-produk jurnalistik lain, dibuat dengan mempertimbangkan penggunaan klik, untuk menarik trafik sebanyak-banyaknya. Media *online* trafik memang

menjadi sebuah penghasilan, terutama dengan adanya *google adsense* atau iklan *google* sehingga menarik jumlah pengunjung menjadikan sebuah strategi pada persaingan agar tetap unggul dibanding media *online* lainnya.

Agar media *online* MetroLima tetap diminati masyarakat dari banyaknya media *online*, perlu membuat strategi dari konten produknya yang menarik seperti menampilkan format berita layaknya kita menonton acara televisi, dalam hal ini Tabloid MetroLimasendiri sudah menyebar ke seluruh penjuru Indonesia, sehingga setiap daerah bisa menikmati dari hasil liputan wartawan atau kontributor masing masing daerah. Selain strategi pada pada media cetak dan *online*, strategi konvergensi jurnalistik Tabloid MetroLima dalam mempertahankan pembaca antara media cetak dan *online*. Penggabungan media cetak dan *online* pada Tabloid MetroLima, memberikan informasi kepada pembaca mengenai informasi yang sama, dengan topik pemberitaan antara media cetak dan *online* yang sama hanya saja perbedaannya adalah dari sisi penyampaian bahasanya.

Meriset dari usia para pembacanya, pembaca tabloid berusia 35 tahun keatas serta penonton media *online* berusia 18 sd 44 tahun, sehingga skema penyajian saling mendukung antara media cetak dan *online*, serta pembaca tabloid juga membaca media *online*, tetapi pembaca media *online* belum tentu membaca cetak. Sehingga dalam menggabungkan antara media cetak dan *online* hal yang perlu diperhatikan adalah penyajiannya, bagaimana sebuah informasi yang disajikan kepada para pembaca melalui dua media yang berbeda tetapi disatukan dalam konvergensi. Jadi penyajian informasinya dibedakan dalam sisi penggunaan bahasa berita atau bagaimana cara penyajiannya.

Pada media cetak itu lebih mengutamakan kedalaman informasi, sedangkan media *online* lebih singkat. Antara media cetak dan *online* harus saling mendukung informasi yang tidak bisa disampaikan melalui media cetak karena terhambat waktu, bisa didapatkan pembaca melalui media *online*. Begitu juga dengan media *online* jika ingin memperoleh informasi yang lebih dalam bisa membaca media cetak, sehingga antara media cetak dan *online* harus saling mendukung. Mempunyai konsep *Multi Platform* selain cetak, berita juga tersedia dalam format *online* MetroLima.com, *facebook*, *instagram* dan *youtube*. Saat ini MetroLima sedang menjajaki kerja sama untuk membuat *Multi Channel* agar bisa bersinergi dengan TV lokal, termasuk juga menjalin kerjasama dengan radio swasta di sekitar Depok untuk pembacaan berita-berita dan informasi yang ada di tabloid MetroLima.

*Multi platform* yang memungkinkan khalayak untuk mendapatkan informasi yang beragam, hal ini didukung melalui penggunaan media apa untuk mendapatkan informasi, ditengah kemajuan teknologi sehingga masyarakat bisa mendapatkan informasi secara cepat, akurat dan baru. *Multi Channel* menggunakan dan memaksimalkan berbagai metode kanal dan distribusi informasi, sedangkan *Multi Media* membuat dan menyediakan informasi dan konten dalam berbagai format seperti teks, audio sehingga membuat khalayak tertarik (Larrondo Ureta & Peña Fernández, 2018).

Setelah MetroLima melakukan konvergensi dari cetak menjadi digital, tahap selanjutnya yaitu penerapan *technogenesis* atau dengan istilah lain adalah adanya adaptasi manusia dan teknologi pada ruang redaksi MetroLima, dalam hal ini adaptasi dilakukan dalam proses pengumpulan berita, pengolahan berita dan proses penyebaran berita.

Namun, adaptasi saat ini masih sebatas pada metode mengantarkan berita lewat platform yang berbeda yakni cetak, penyiaran serta *online*. Hal ini terjadi karena adanya kehadiran *devices* baru seperti gadget maupun *smartphone*. Hal tersebut membuat jurnalisme konvensional yang jadi basis kerja di media cetak, wajib beradaptasi dengan realitas baru. Disini agus gunawan menjelaskan bagaimana teknik pengumpulan data untuk dibuat sebagai bahan berita, bisa saja melalui email atau melalui teknologi lainnya. Nah dari situlah bisa dilakukan pemilihan berita, mana yang untuk mingguan dan mana berita yang bisa dijadikan berita untuk konten dengan versi digital atau *online*.

Setelah melakukan wawancara dan observasi, penulis juga menemukan bahwa proses adaptasi dalam produksi berita yang diterapkan oleh jurnalis tabloid MetroLima dan beritaMetroLima.com hanya pada saat pemberitaan tertentu, selebihnya hanya sebatas berbagi informasi bahan berita guna melengkapi berita yang akan diproduksi dan itu hanya terjadi sewaktu-waktu. Proses integrasi mulai dilakukan dengan beberapa tahap: Tahap pertama, integrasi divisi gathering dan Tahap kedua, integrasi tim support Seluruh bagian yang tergabung dalam tim support yang diintegrasikan adalah sebagai berikut: - Editor, Graphis , Tim studio, Library , Tim sosial media. Setelah integrasi, sumber daya manusia di tiap departemen bisa dipindah tugaskan ke unit lain secara permanen, atau waktu tertentu. Dalam kondisi sangat dibutuhkan, tiap bagian bisa mengerjakan pekerjaan unit lain.

Tahap ketiga, integrasi tim produksi, Dalam integrasi tim produksi, sebagian sumber daya manusia, baik produser, produser eksekutif, manager, wapemred dan wapemred bisa dirotasi sesuai kebutuhan unit. Namun, produk

jurnalistik tetap dibuat di masing-masing unit, sehingga diferensiasi konten tetap terjaga. Proses konvergensi jurnalistik yang diterapkan di tabloid MetroLima dan berita MetroLima.com dalam produksi berita, menuntut agar jurnalis atau wartawan mampu mencapai tingkat *multitasking*.

Jurnalis tabloid MetroLima tidak hanya memproduksi berita cetak untuk tabloid saja, namun juga mampu memproduksi berita untuk media *online*. Begitu pun dengan jurnalis berita MetroLima.com yang dituntut bisa menulis berita untuk di tabloid, mereka pasti sudah sangat memahami konsep *multitasking*, tidak ada istilah kata sulit untuk melakukan kegiatan peliputan, semua dilakukan demi kemajuan tabloid itu sendiri. Dalam hal ini tabloid metroLima tidak merekrut wartawan baru, tapi cukup dengan mengoptimalkan wartawan yang ada.



Gambar 2. Liputan Tabloid MetroLimadan berita MetroLima.com

Dalam mempersiapkan sumber daya manusianya, MetroLima belum melakukan *requirement* reporter milenial atau reporter baru khusus untuk media *online*. Meskipun kebutuhan pembaca yang semakin berbeda dari era yang sebelumnya menuntut MetroLima harus beradaptasi, masih bisa dilakukan oleh wartawan yang ada dengan sendirinya, seperti yang disampaikan Agus Gunawan mengatakan bahwa dengan adanya digitalisasi tidak membuat para wartawanya menemui kesulitan dalam

hal menyampaikan dan membuat berita. Mereka bisa beradaptasi dan bisa mengembangkan diri dengan sendirinya. Jelas sekali perbedaan antara sebelum dan sesudah melakukan konvergensi.

Setelah beradaptasi dengan teknologi atau melakukan konvergensi, maka berikut adalah perbedaan proses sebelum dan sesudah MetroLima melakukan adaptasi atau konvergensi tabloid.

### **Konvergensi konten.**

Berita akhirnya disuguhkan dalam bentuk multimedia, yang merupakan kombinasi antara teks, gambar, audio, video, blog, podcasts, atau slide show. Pilihannya terus berkembang. Saat ini, konvergensi isi masih sangat muda atau baru dimulai. Namun, kita dapat mengintip masa depan melalui website yang inovatif. Bayangkan beberapa tahun ke depan medium hybrid baru mengkombinasikan antara audio dan video tv, sifat responsif dan sumber dari website, kemudahan dibawa dan kualitas cetak dari koran. Editor dan reporter akan menjadi *konten producer* yang dilatih untuk memilih cerita mana yang paling efektif, teknik yang paling menghibur dari menu biasa hingga pilihan multimedia.

Cara ini dapat dilakukan dengan upaya mendirikan situs berita *online* MetroLimaneews.com. Dari teori tersebut bahwa konvergensi tiga dimensi menjelaskan bahwa manusia dan mesin harus saling bekerjasama untuk menciptakan sistem yang adaptif. Adaptasi dan koordinasi mendorong kita untuk bisa memanfaatkan teknologi agar bisa mengikuti perkembangan zaman. Hal inilah yang dilakukan tabloid MetroLima untuk memahami semua bentuk sebagai bagian dari dari sebuah sistem yang saling terkait, dan mencatat berbagai kesamaan dan hubungan yang ada antara bentuk-bentuk yang muncul di

masa lalu, masa sekarang, dan yang sedang dalam proses kemunculannya.

Konvergensi jurnalistik tabloid MetroLima merupakan pengembangan percetakan tabloid yang tidak hanya dilakukan terhadap tampilan cetakan namun juga dalam perubahan penyebaran maupun pengaksesan informasi yakni melalui internet dengan tampilan jurnalis dan berita yang aktual. Dengan hadirnya situs *online* [www.beritaMetroLima.com](http://www.beritaMetroLima.com) diperuntukan untuk memenuhi tuntutan masyarakat yang kini semakin merujuk kepada media baca digital (*online*). Namun, tidak semua orang berpindah dari pembaca media cetak ke media *online*, maka dari itu tabloid MetroLima tetap mempertahankan eksistensinya dalam dunia percetakan. Seperti pernyataan yang dikemukakan oleh *Craig Dubow* yang berbunyi “*The new journalist will write for the internet and update for newspaper*”, menggambarkan sebuah fenomena konvergensi media di mana suatu media dapat disiarkan secara dua atau lebih. Sama halnya dengan yang dialami oleh tabloid MetroLima yakni penyebaran informasi dilakukan baik melalui cetakan berupa tabloid maupun berita dalam bentuk *online*.

Dalam proses konvergensi berita atau jurnalistik di tabloid MetroLima dan [beritaMetroLima.com](http://beritaMetroLima.com), terdapat beberapa tipe konvergensi yang digunakan oleh penulis yaitu, konvergensi *newsroom*, konvergensi *newsgathering* dan konvergensi konten. (Putri & Hamzah, 2018) Proses konvergensi berita di tabloid MetroLima dan [beritaMetroLima.com](http://beritaMetroLima.com) diawali dengan konvergensi konten. Meskipun tidak selalu terjadi konvergensi berita di tabloid MetroLima dan [beritaMetroLima.com](http://beritaMetroLima.com), pelaksanaan konvergensi konten terkadang dilakukan tabloid dalam memproduksi berita. Konvergensi konten yang dilakukan

adalah untuk memaksimalkan fungsi platform dan informasi yang dimiliki MetroLima, dalam menyajikan dan menyampaikan berita kepada khalayak (Rohma et al., 2020). Proses konvergensi konten yang dilakukan dalam produksi berita hanya meliputi konvergensi jurnalistik dan konvergensi *newsgathering*, konten *sharing*, hal itulah terjadi pada kedua platform tersebut, tabloid MetroLima dan [MetroLima.com](http://MetroLima.com) saling melakukan konvergensi jurnalistik *newsgathering* dan berbagi konten atau bahan berita untuk memproduksi beritanya.

Konvergensi jurnalisme menghasilkan berita atau informasi pada satu media atau lebih yang dapat mengubah cara bisnis dalam perindustrian media. Industri media yang sebelumnya mengalami kekacauan dan kekusutan dalam manajemen sumber daya manusia, peralatan dan teknologi memang harus mengubah cara kerjanya dengan memberi ruang bagi para jurnalis independen untuk menghasilkan dan menyajikan karya jurnalistiknya. Yang disebut sebagai jurnalis masa depan adalah jurnalis yang bekerja independen dan dapat menghasilkan sebuah karya jurnalistik yang dapat dimuat di semua bentuk media. Para jurnalis ini dikenal dengan istilah *video-journalist* (VJ) dan kontributor yang dapat bekerja secara mandiri atau independen tanpa terikat dengan perusahaan media manapun ataupun dapat juga dipekerjakan oleh satu perusahaan atau organisasi media.

Namun saat ini, organisasi atau perusahaan media di Indonesia belum ada yang menyediakan ruang untuk para jurnalis masa depan ini agar dapat bekerja sesuai dengan konsep konvergensi jurnalistik. Organisasi media yang menginginkan konsep konvergensi jurnalistik harus mengganti strategi perusahaan mereka dengan menyediakan *newsroom* bagi para jurnalis independen

ini. Perusahaan media memandang publik sebagai raja bagi usaha yang mereka lakukan selama ini. Dalam survei yang diadakan pada tahun 2003 bagi empat jurnalis yang berorientasi pada kebutuhan *newsroom*, mendapati bahwa para reporter, editor, produser, dan manajer percaya bahwa masyarakat membaca, mendengarkan, menonton, dan mempergunakan hasil karya jurnalistik lebih efektif dengan konsep konvergensi. Manajer *newsroom* termasuk produser dan editor yang bekerja perusahaan media Amerika seperti *MSNBC*, *ESPN*, *Ohio News Network* dan *Lawrence (KS) Journal World* sudah menerima konsep konvergensi jurnalistik. Namun belum banyak perusahaan maupun organisasi media yang ingin mengadopsi konsep konvergensi jurnalistik karena terbentur dengan kepentingan dari para pemilik perusahaan yang hanya menginginkan keuntungan sebanyakbanyaknya tanpa mau mengeluarkan biaya lebih untuk menyediakan peralatan bagi para jurnalis masa depan tersebut. Untuk itu mengubah cara berpikir atau *mindset* para pemilik dan pengusaha media agar mau menerima dan mengembangkan konsep baru yaitu konvergensi jurnalistik.

Konvergensi *newsroom*, *newsgathering*, dan konten *sharing* tidak selalu terjadi setiap saat produksi berita. Pelaksanaan konten *sharing* hanya sebatas berbagi informasi atau bahan berita untuk melengkapi konten berita yang akan di sajikan baik di tabloid MetroLima maupun di MetroLima.com. Sedangkan pelaksanaan konvergensi *newsgathering* dalam produksi berita antar tabloid MetroLima dan MetroLima.com, pelaksanaannya hanya sewaktu-waktu, saat tim redaksi dari salah satu kedua platform media tersebut melakukan liputan eksklusif dan hanya MetroLima saja yang mendapatkan berita tersebut. MetroLima.com akan mengambil poin-poin dari berita tersebut

kemudian tabloid MetroLima akan mengembangkan berita tersebut.

Konvergensi yang terjadi selanjutnya diikuti dengan perkembangan teknologi internet yang tidak dapat dihindari tabloid MetroLima dan MetroLima.com. Karena perkembangan teknologi yang tidak bisa dihindari itu maka tabloid MetroLima dan MetroLima.com melakukan konvergensi teknologi dalam produksi berita. Karena internet menjadi faktor utama dalam melengkapi bahan berita yang akan diproduksi di tabloid MetroLima dan MetroLima.com.

Seperti yang dikatakan oleh Agus Gunawan tentulah perubahan yang dilakukan pada MetroLima memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya metolima kini dapat menjangkau kalangan masyarakat yang lebih luas. Sebelumnya MetroLima hanya bisa menjangkau sedikit masyarakat karena tabloidnya hanya di terbitkan untuk pembaca di jabodetabek. Kini, MetroLima bisa di jangkau oleh seluruh masyarakat indonesia yang memiliki akses internet.

Dari observasi penulis kini MetroLima juga dapat merilis berita dengan lebih *up to date* setiap hari. Dalam 24 jam, MetroLima kini dapat merilis puluhan berita di website berita MetroLima.com. Sebelumnya MetroLima hanya bisa merilis berita sesuai dengan dengan layout tabloid dan tanggal terbit per dua minggu. Selain itu MetroLima juga bisa membagikan berita yang lebih lengkap dan mendalam lewat konten video melalui tv *streaming* di kanal *youtube*. Pada sisi lain MetroLima memiliki beberapa kekurangan yakni, memiliki konten yang mirip di ketiga platform tabloid, *website* dan *tv streaming* di kanal *youtube* karena hanya merubah sedikit untuk menyesuaikan target pembaca di ketiga platform. Selain tabloid MetroLima, ada

juga tabloid lain yang juga melakukan konvergensi media dan jurnalistik.



Gambar 3. Contoh Koran Ujungpandang Ekspres dan media online, 2022

## SIMPULAN

Konvergensi *newsroom*, *News Gathering* dan konten pada MetroLima sudah berjalan dengan baik walaupun masih dilakukan secara internal, meskipun begitu, semua divisi dapat berkerjasama untuk menghasilkan konten yang berkualitas. Konvergensi newsgathering juga sudah berjalan baik secara internal, dengan memiliki koordinator liputan yang membawahi reporter di beberapa daerah. Dengan banyaknya sumber daya manusia yang dimiliki, tentu menjadi kelebihan MetroLima untuk memperoleh berita dengan cepat, tepat dan akurat. Konvergensi Jurnalistik Tabloid MetroLima di Era Pandemi ini dalam penerapan konvergensinya adalah merupakan upaya mempertahankan pembaca pada media Tabloid MetroLima Depok dengan cara menerapkan konvergensi jurnalistik dan membuat suatu strategi agar tetap bertahan di tengah masyarakat Waupun masih tetap ada kendala kendala yang dihadapi, namun itu tidak membuat tabloid MetroLima lantas beralih total ke media digital. Mahalnya harga cetakpun tetap menjadi pemicu tabloid metroLima dalam mempertahankan cetaknya. Konvergensi konten pada era media baru dituntut untuk lebih variatif dan inovatif,

konten media tradisional harus dapat disesuaikan dengan konten dimedia digital. Sehingga selain dapat ditampilkan di media cetak, konten juga dapat ditampilkan di media baru seperti Youtube, Instagram, dan aplikasi digital untuk menarik penonton millennial. konvergensi konten memberikan keuntungan bagi perusahaan media karena dapat melakukan efisiensi tenaga, biaya, dan waktu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amran, S. O., & Irwansyah. (2018). Jurnalisme Robot dalam Media Daring Beritagar.id. *IPTEK-KOM*, 20(2).
- Bayu, D. (2022). *APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>
- Khadziq, K. (2016). Konvergensi Media Surat Kabar Lokal: Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 5–20. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1187>
- Larrondo Ureta, A., & Peña Fernández, S. (2018). Keeping pace with journalism training in the age of social media and convergence: How worthwhile is it to teach online skills? *Journalism*, 19(6), 877–891. <https://doi.org/10.1177/1464884917743174>
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>
- Miftakhur, D. R. (2018). Perempuan

- dalam Bisnis Media Massa (Studi Pada Perempuan di Televisi swasta Lokal Surabaya dalam Perspektif Gender). *Jurnal SI Sosiologi Universitas Airlangga*, 3(2), 1–20.
- Putri, C. E., & Hamzah, R. E. (2018). Konvergensi Konten Majalah Populer dalam Industri Digital Media Cetak. *Warta ISKI*, 1(02), 19–28.  
<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i02.14>
- Rahmat, P. S. (2012). Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf. *Metodologi*, 1(2), 8.  
<http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf>
- Ramadhan, M. F. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Kmall.id). *Jurnal Ilmu Kom*, 6(1), 98–108.
- Resmadi, I., & Yuliar, S. (2020). *KAJIAN DIFUSI INOVASI KONVERGENSI MEDIA DI HARIAN PIKIRAN RAKYAT*. 13, 2020.  
<https://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/issue/view/161>
- Rohma, S., Sya'roni, M., Mufrihah, S., & Arafat, A. T. (2020). Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Konten Edukasi Islami Untuk Masyarakat Semarang. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 20(2), 117.  
<https://doi.org/10.21580/dms.2020.202.6712>
- Siswanto. (2017). Efek Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) Pada Media Cetak di Era Konvergensi. *Jurnal PROSISKO*, 4(1), 21–25.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2015b). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Wibisono, I., Pawito, P., & Astuti, I. D. (2019). Kebijakan Redaksional Dalam Konvergensi Media: Studi Kasus Jawa Pos. *Journal Acta Diurna*, 15(1), 1–16.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2019.15.1.1571>