

# Transformasi Digital Tantangan Media Cetak Di Era Disrupsi

Abdul Choliq<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Doktor Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

\* [choliqabdul1811@gmail.com](mailto:choliqabdul1811@gmail.com)

**Abstract.** *The rapid development of online and social media in society has posed a serious threat to the print media industry. One of them is the decline in readership as well as the decline in revenue from newspaper sales and advertising. This negative impact has resulted in many print media companies being unable to maintain the existence of their media publishing. This study aims to analyse the competitive strategies applied by print media in response to technological changes in the digital disruption era. The research method used is a qualitative descriptive approach, by analysing the impact of digital technology changes on the print media industry. Data was obtained through document studies and content analysis to describe changes in reader behaviour and strategies implemented by print media companies in the face of digital disruption. The results showed the need for print media companies to implement competitive strategies, including digital platform convergence, overall innovation, content quality improvement, as well as the establishment of new business models and partnerships with digital influencers as innovative marketing strategies. The conclusions of this study show the importance of focusing on content, digital integration with conventional media, cooperation with digital influencers, and designing long-term strategies in order to continue to compete in the digital market.*

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang pesat menjadi ancaman serius bagi eksistensi industri media cetak. Era disrupsi digital, ditandai oleh munculnya berbagai platform media berbasis internet, telah mengubah paradigma konsumsi berita dan informasi masyarakat. Konsumen berita kini tidak lagi mengandalkan media cetak sebagai sumber utama informasi; sebaliknya, banyak yang beralih ke platform berbasis internet seperti media daring, media sosial, dan aplikasi berita digital lainnya. Pergeseran perilaku membaca konsumen dari media konvensional ke platform media digital berbasis internet menyebabkan penurunan drastis dalam tiras media cetak, mengakibatkan kehilangan pembaca dan pelanggan (Choliq *et al.* 2023).

Dampak lanjutan dari penurunan tiras media cetak melibatkan berkurangnya pendapatan perusahaan dari sektor iklan, yang mengancam eksistensi dan meminggirkan industri media cetak. Tantangan bisnis media cetak tidak hanya datang dari media digital berbasis internet yang terus berkembang pesat, tetapi juga dari media elektronik, seperti televisi, yang terus berinovasi untuk bersaing dalam pangsa pasar media di dalam negeri. Analisis oleh para ahli menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti keberadaan media daring dan sosial bisa menjadi pemicu potensial bagi kemunduran media cetak (Wu 2018).

Perkembangan ekonomi saat ini tidak mendukung bisnis cetak, terutama karena media cetak melibatkan banyak karyawan sehingga biaya produksi lebih tinggi dibandingkan media daring. Generasi muda cenderung lebih aktif di internet daripada membeli majalah atau koran, menimbulkan penurunan oplah media cetak dan dampak pada pendapatan dari iklan media (Aminuddin and Hasfi 2020). Laporan Bisnis.com merujuk pada riset Nielsen Advertising Information Services yang menunjukkan bahwa belanja iklan media konvensional pada 2017 meningkat, namun belanja iklan media cetak menurun, terutama pada iklan koran dan majalah.

Penurunan media cetak juga tercermin dalam riset Nielsen di negara-negara Asia pada 2022, dengan penurunan perolehan iklan media cetak sebesar 0,11%. Para pengiklan mulai beralih ke media yang lebih fleksibel, seperti iklan media daring. Pertumbuhan omzet iklan tertinggi terjadi pada iklan bioskop, iklan digital, iklan luar ruang, dan iklan televisi. Riset Nielsen hanya mencakup pasar-pasar

terpilih di negara Asia, termasuk Indonesia, Singapura, Thailand, Malaysia, Filipina, Taiwan, dan Korea Selatan (Krahmer 2016).

**Tabel 1 Riset Nielsen terkait Perkembangan Media Cetak berbagai Negara**

Combined media ad spend for Thailand, Indonesia, Singapore, Malaysia, Philippines, South Korea, & Taiwan

	2021	2022	Growth
TV	US \$34.2 billion	US \$36.3 billion	+6%
Digital	US \$5.7 billion	US \$9.2 billion	+64%
Radio	US \$4.5 billion	US \$4.1 billion	-8%
Print	US \$3.2 billion	US \$3.2 billion	-0.11%
Outdoor	US \$0.8 billion	US \$0.9 billion	+19%
Cinema	US \$0.1 billion	US \$0.3 billion	+131%
<b>Total</b>	<b>US \$48.4 billion</b>	<b>US \$54.1 billion</b>	<b>+12%</b>

Source: Nielsen Ad Intel, 2022

Copyright © 2022 The Nielsen Company (US), LLC. All Rights Reserved.



Presiden Nielsen Asia (Komersial), Arnaud Frade, menegaskan bahwa angka-angka Ad Intel tahun 2022 menunjukkan dukungan kuat dari pemasar terhadap iklan sebagai sarana terbaik untuk menjalin koneksi antara merek dan konsumen. Strategi pemasaran yang cerdas memerlukan penggunaan data terbaik guna mencapai keunggulan dalam persaingan dan memaksimalkan return on investment (ROI).

Trend menurunnya konsumen media cetak sejalan dengan hasil survei Reuters Institute bekerja sama dengan Universitas Oxford mengenai pola konsumsi berita dan pasar digital secara global. Digital News Report 2022, hasil survei dengan melibatkan sekitar 93.000 responden di 46 negara, menunjukkan bahwa media daring dan media sosial menjadi sumber berita paling populer dengan konsumsi masing-masing mencapai 88% dan 68%, sedangkan media cetak hanya 17%. Hasil ini menegaskan bahwa media daring tetap menjadi sumber utama berita bagi masyarakat Indonesia, diikuti oleh media sosial, mengalahkan media cetak dan televisi.

Perkembangan media daring yang merajalela dan peningkatan omzet dari iklan semakin mengokohkan posisi media digital berbasis internet. Sementara itu, merosotnya pendapatan dari penjualan iklan dan surat kabar semakin mendekatkan industri media cetak dengan ancaman kepunahan. Data Serikat Perusahaan Pers (SPS) menunjukkan bahwa jumlah perusahaan media cetak anggota SPS menurun dari 593 pada tahun 2021 menjadi 399 pada tahun 2022, dengan 194 perusahaan media cetak yang kolaps (Aminuddin and Hasfi 2020).

Prospek surat kabar semakin meredup, Philip Meyer dalam bukunya *The Vanishing Newspaper*, meramalkan hanya akan tersisa satu eksemplar surat kabar pada tahun 2044, menjadi perhatian serius. Kehawatiran ini semakin terasa karena survei menunjukkan bahwa media online mulai merangsek posisi surat kabar. Pengelola industri media cetak dihadapkan pada tugas strategis untuk menghadapi pesaing, terutama dari media digital berbasis internet (Pamungkas 2016).

Untuk mempertahankan eksistensi, pengelola industri media cetak perlu berinovasi, mengikuti perkembangan teknologi, dan melakukan konvergensi dengan pembentukan platform media baru. Menyesuaikan diri dengan kebutuhan zaman, mengintegrasikan produk media cetak untuk akses cepat dan praktis, serta terus melakukan inovasi menjadi langkah-langkah kunci. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami, menggali dan menganalisis strategi bersaing media cetak di era disrupsi digital, dengan harapan memberikan informasi komprehensif bagi pengelola media cetak dalam menyusun strategi yang sesuai dengan kondisi masing-masing.

## 2. Metode Penelitian

Metode riset deskriptif kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena atau kejadian dalam konteks alamiahnya. Dalam riset ini, penulis menghimpun data dalam bentuk kata-kata, gambar, atau objek, kemudian menganalisis dan menginterpretasikan data tanpa melibatkan angka atau statistik. Metode ini bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam tentang suatu topik atau fenomena, serta menjelajahi kompleksitas dan kerumitan dari konteks yang terkait.

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam riset ini adalah studi dokumentasi, yang bertujuan untuk menghimpun data terkait tujuan penelitian. Sementara itu, teknik penyajian data didasarkan pada pendekatan kualitatif deskriptif, dengan fokus riset pada strategi bersaing di era disrupsi

digital yang mengancam perusahaan media cetak ketika tidak menerapkan strategi bersaing melalui konvergensi yang terukur.

Analisis data dalam riset ini menggunakan metode analisis data kualitatif yang dilakukan melalui tiga tahapan (Fadli 2021). Pertama, tahap kondensasi data mengharuskan penajaman, pemilahan, fokus, penghapusan, dan pengaturan data agar kesimpulan "final" dapat ditarik dan diverifikasi. Kedua, tahap penyajian data memusatkan perhatian pada analisis data yang telah dipilih dengan ketat pada tahap awal. Ketiga, tahap penarikan kesimpulan melalui verifikasi merupakan langkah akhir menurut Miles dari analisis data.

### 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Di era digital, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengakibatkan revolusi tak terelakkan dalam dunia media. Media cetak, yang sebelumnya menjadi penguasa panggung media massa, kini terjebak dalam pusaran disrupsi digital yang mengancam eksistensinya. Disrupsi digital bukan hanya mengenai perubahan permukaan; melainkan melibatkan transformasi mendalam dalam cara informasi disebarkan, diakses, dan diproduksi oleh masyarakat.

Riset yang dilakukan dalam konteks ini mengungkap ancaman serius terhadap kelangsungan hidup media cetak. Para peneliti berupaya memahami alasan di balik fenomena ini dan mencari jawaban tentang bagaimana media cetak dapat bertahan di tengah arus perubahan ini (Huang 2023). Disrupsi digital bukan sekadar soal mengganti model bisnis media, meskipun hal ini memegang peranan penting. Fenomena ini memaksa industri media untuk merenungkan kembali seluruh aspek, mulai dari strategi distribusi hingga cara konten dikonsumsi dan diproduksi. Para pelaku media kini dihadapkan pada tuntutan untuk menghadapi tantangan ini dengan pendekatan inovatif dan solusi kreatif.

Pada konteks hasil riset ini, sangat terlihat bahwa pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor yang mendasari disrupsi digital memberikan peluang emas bagi para pemangku kepentingan di industri media untuk merespons tantangan ini dengan tepat. Langkah-langkah inovatif yang diambil oleh pelaku industri dapat menjadi dasar, bukan hanya untuk bertahan dari serangan disrupsi digital, tetapi juga untuk tumbuh dan mengembangkan kembali relevansi media cetak dalam lanskap media global yang terus berubah (Mutiarra and Priyonggo 2019).

Hasil riset yang mendalam menyoroti kebutuhan mendesak bagi perusahaan media cetak di era disrupsi digital untuk mengadopsi pendekatan inovatif secara menyeluruh. Bertahan dan bersaing dalam pasar yang senantiasa berubah memerlukan strategi kompetitif yang melibatkan pemanfaatan teknologi terkini, pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen digital, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap tren serta perubahan dalam kebutuhan audiens.

Beranjak dari temuan ini, beberapa strategi bersaing yang konkret dapat direkomendasikan. *Pertama*, perusahaan media cetak perlu memusatkan perhatian pada pengembangan konten yang tidak hanya relevan tetapi juga menarik bagi audiens digital. Penggunaan multimedia, narasi interaktif, dan pendekatan kreatif lainnya yang memanfaatkan teknologi digital dapat memperkaya pengalaman konsumen. *Kedua*, investasi dalam analisis data dan kecerdasan buatan menjadi krusial untuk memahami perilaku konsumen dan preferensi mereka secara mendalam. Dengan pemahaman yang lebih baik, media cetak dapat menyesuaikan konten dan strategi pemasaran secara akurat, meningkatkan keterlibatan audiens, dan membangun loyalitas.

Kolaborasi dengan *start-up* teknologi, pengembang aplikasi, dan ahli industri digital juga diakui sebagai strategi bersaing yang sangat dianjurkan. Dengan berkolaborasi, media cetak dapat memanfaatkan inovasi teknologi terbaru dan memperoleh akses ke pengetahuan khusus yang diperlukan untuk bersaing di era digital. Selain itu, perusahaan media cetak harus memperkuat kehadiran mereka di platform-platform digital populer dan terus memantau tren serta perubahan perilaku pengguna di platform tersebut (Dimas, Lyne, and Bailey 2022).

Dalam langkah yang lebih jangka panjang, perusahaan media cetak yang menghadapi transformasi digital yang cepat, sebaiknya mempertimbangkan langkah-langkah strategis yang bijaksana di berbagai tahap waktu. Dalam jangka pendek, fokus utama adalah mengembangkan konten digital yang relevan dan menarik untuk audiens online, dengan memanfaatkan teknologi multimedia dan narasi interaktif. Sementara itu, investasi dalam analisis data dan kecerdasan buatan menjadi dasar untuk memahami perilaku konsumen dan menciptakan konten yang disesuaikan dengan preferensi audiens. Langkah-langkah ini dapat didukung oleh kolaborasi aktif dengan *start-up* teknologi, membawa inovasi segar ke dalam strategi bersaing perusahaan.

Secara jangka menengah, perusahaan ini memperkuat dominasinya di platform-platform digital utama dengan memanfaatkan data untuk merancang strategi pemasaran digitalnya. Kolaborasi yang berkesinambungan dengan ahli industri digital dan pengembang aplikasi diharapkan dapat mempercepat pengembangan produk digital, meningkatkan pengalaman pengguna, serta menjaga relevansi di pasar yang dinamis. Selanjutnya, media cetak mulai merambah ke diversifikasi pendapatan melalui penerapan model bisnis inklusif seperti berlangganan digital dan penjualan produk terkait konten. Melalui riset pasar mendalam, perusahaan dapat memahami kebutuhan audiens dan menyesuaikan model bisnis media cetak sesuai preferensi pelanggan.

Pada perspektif jangka panjang, perusahaan media cetak tetap berfokus pada inovasi, terus mencari cara baru untuk berinteraksi dengan audiensnya. Mereka perlu membangun komunitas online yang solid, menciptakan forum diskusi yang aktif, dan merencanakan acara daring dengan keterlibatan langsung dari audiens. Upaya lain yang perlu dipertimbangkan mencakup pengembangan produk terkait konten, seperti buku, merchandise, atau produk digital lainnya, guna menambah nilai bagi audiens dan menghasilkan pendapatan tambahan (Pamungkas 2016).

Selain mengadopsi pendekatan kreatif dan inovatif, perusahaan media cetak juga harus berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan wawasan serta ketrampilan karyawan mereka. Dalam dunia digital yang terus berkembang, karyawan perlu memiliki keterampilan dalam analisis data, desain grafis, dan teknologi terkini. Dengan menerapkan strategi-strategi ini dalam jangka waktu yang sesuai, perusahaan media cetak telah mempersiapkan diri menghadapi tantangan digital dan menjaga posisinya sebagai pemain kunci dalam industri media yang terus berkembang.

**Tabel 2 Main Findings terhadap Beberapa Literatur**

No.	Nama	Judul	Temuan Utama
1.	(Setyawan 2014)	Media Cetak Bertahan Hidup (Strategi Jawa Pos Indonesia dan The Straits Times Singapura Mempertahankan Eksistensinya dari Gempuran Media Online)	<i>Jawa Pos</i> dan <i>The Straits Times</i> menggunakan tiga strategi penguatan untuk mempertahankan bisnis surat kabarnya dari persaingan media online, yaitu strategi perusahaan, pemasaran, dan isi redaksi.
2.	(Krahmer 2016)	<i>Digital Newspaper Preservation Through Collaboration</i>	Melalui kolaborasi, serta nasihat dunia nyata yang dikembangkan oleh para mitra melalui TDNP.
3.	(Karimi and Walter 2015)	<i>The Role of Dynamic Capabilities in Responding to Digital Disruption.</i>	Hasil penelitian ini memberikan wawasan baru tentang kontribusi, keterbatasan, dan anomali teori inovasi disruptif.
4.	(Prihartono 2016)	<i>Surat Kabar dan Konvergensi Media: Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media pada Solopos</i>	Konvergensi media dilakukan sebagai respons terhadap tuntutan industri media menghadapi media digital yang terus berkembang.
5.	(Chipp and Chakravorty 2016)	<i>Producer Push to Consumer Pull: Who Curates New Media Content? Developing Strategies for New Media Environments</i>	Industri media cetak beralih ke model "berinteraksi" yang mengakui keinginan konsumen untuk menciptakan konten atau memperoleh konten dengan mudah, tanpa mengorbankan orientasi inovasi.
6.	(Kusuma 2016)	<i>Posisi Media Cetak di Tengah Perkembangan Media Online di Indonesia</i>	Media cetak memiliki karakteristik yang khas seperti berita yang jelas, lengkap, dan terperinci, serta telah mengiringi perjalanan peradaban manusia selama berabad-abad.

No.	Nama	Judul	Temuan Utama
7.	(Khadziq 2016)	<i>Konvergensi Media Surat Kabar Lokal (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal)</i>	Konvergensi media menjadi strategi yang dapat dilakukan oleh media cetak lokal seperti Tribun Jogja untuk menghadapi persaingan dan perkembangan teknologi.
8.	(Pamungkas 2016)	<i>Analisis Competitive force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina.id)</i>	Banyaknya startup dan developer yang memberikan inovasi baru dalam menciptakan sistem informasi yang tidak kalah baik dalam bisnis kuliner.
9.	(Kun Wazis 2017)	<i>Strategi Komunikasi dalam Persaingan Media Massa Lokal</i>	Lima strategi komunikasi yang digunakan oleh Jawa Pos Radar Jember untuk mengatasi penurunan jumlah konsumen.
10.	(Nurkinan 2017)	<i>Dampak Media Online terhadap Perkembangan Media Konvensional</i>	Media online telah menyatu dengan kehidupan manusia modern dan memberikan dampak pada media konvensional seperti surat kabar.

Sumber: Studi literatur (2023)

Berdasarkan informasi yang tertera pada tabel 2, media cetak mengalami disrupsi yang tak terelakkan, mengancam eksistensinya. Perubahan mendalam dalam cara penyebaran, akses, dan produksi informasi mendorong pelaku media untuk mencari solusi inovatif. Riset yang mendalam menunjukkan bahwa pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor disrupsi digital menjadi kunci untuk bertahan. Strategi bersaing yang inklusif, seperti pengembangan konten digital yang menarik, analisis data yang mendalam, dan kolaborasi dengan start-up teknologi, dianggap sebagai langkah strategis dalam jangka pendek. Pada jangka menengah, penguatan kehadiran di platform digital utama, diversifikasi pendapatan melalui model bisnis inklusif, dan kolaborasi yang berkelanjutan bertujuan memperkuat posisi media cetak (Porter 2008).

Secara jangka panjang, fokus terus-menerus pada inovasi, pembangunan komunitas daring, dan pengembangan produk terkait konten menjadi kunci untuk mempertahankan relevansi. Investasi dalam pelatihan karyawan juga dianggap vital, memastikan adaptasi terhadap perubahan teknologi yang terus berlangsung. Melalui pendekatan kreatif dan proaktif seperti ini, media cetak bersiap menghadapi tantangan digital dan tetap menjadi pemain kunci dalam dunia media yang terus berkembang.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa perusahaan media cetak menghadapi ancaman yang sangat besar. Oleh karena itu, perlu adanya penerapan strategi bersaing yang cermat, melibatkan konvergensi pada aspek kualitas konten, pembentukan model bisnis inovatif yang menggabungkan media digital dengan cetak konvensional, serta kemitraan dengan influencer digital. Strategi bersaing tersebut harus dirancang dengan visi jangka panjang, memperhatikan konvergensi antara media cetak dan digital, sekaligus menjaga identitas perusahaan. Dengan langkah-langkah ini, perusahaan media cetak dapat bersaing dan berkembang di pasar digital, baik dalam jangka pendek, menengah, maupun panjang.

#### References\*

- [1] Aminuddin, Ahsani Taqwim, and Nurul Hasfi. 2020. "Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal Jateng Pos." *Jurnal Kajian Jurnalisme* 3(2):137. doi: 10.24198/jkj.v3i2.25070.
- [2] Chipp, Kerry Fiona, and Devarpan Chakravorty. 2016. "Producer Push to Consumer Pull: Who Curates New Media Content? Developing Strategies for New Media Environments." *Journal of Product and Brand Management* 25(4):373–86. doi: 10.1108/JPBM-06-2015-0918.
- [3] Choliq, Abdul Choliq, Zarah Puspitaningtyas, Edy Wahyudi, and Hari Karyadi. 2023. "Revitalizing Indonesia's Print Media Competitive Strategy in the Digital Disruption Era: A Study on Jawa Pos Radar Jember" *Journal of Humanities and Social Sciences Studies* 5(6):72–82. doi:

- 10.32996/jhsss.2023.5.6.8.
- [4] Dimas, Brenda, Michael Lyne, and Alison Bailey. 2022. "Identifying and Addressing Institutional Problems Constraining the Financial Performance of Rice Cooperatives in the Philippines." *Asian Journal of Agriculture and Rural Development* 12(3):148–56. doi: 10.55493/5005.v12i3.4527.
- [5] Fadli, Muhammad Rijal. 2021. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika* 21(1):33–54. doi: 10.21831/hum.v21i1.38075.
- [6] Huang, Xunjiang. 2023. "The Roles of Competition on Innovation Efficiency and Firm Performance: Evidence from the Chinese Manufacturing Industry." *European Research on Management and Business Economics* 29(1). doi: 10.1016/j.iedeen.2022.100201.
- [7] Karimi, Jahangir, and Zhiping Walter. 2015. "The Role of Dynamic Capabilities in Responding to Digital Disruption: A Factor-Based Study of the Newspaper Industry." *Journal of Management Information Systems* 32(1):39–81. doi: 10.1080/07421222.2015.1029380.
- [8] Khadziq, Khadziq. 2016. "Media Convergence of Local Newspapers: Descriptive Study of Internet Utilization in Jogja Tribune Newspapers in Building Local Print Media Industry. (Konvergensi Media Surat Kabar Lokal: Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja Dalam)." *Profetik: Jurnal Komunikasi* 9(1):5–20.
- [9] Krahermer, Ana. 2016. "Digital Newspaper Preservation through Collaboration." *Digital Library Perspectives* 32(2):73–87. doi: 10.1108/DLP-09-2015-0015.
- [10] Kun Wazis. 2017. "Pertarungan Persepsi Budaya Maya Dalam Masyarakat Digital." *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1(Vol. 1):1–10.
- [11] Kusuma, Satria. 2016. "Posisi Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media Online Di Indonesia Satria Kusuma." *InterAct Program Studi Ilmu Komunikasi FIABIKOM Unika Atmajaya Jakarta* 5(1):56–71.
- [12] Mutiara, Freddy, and Ambang Priyonggo. 2019. "Digital Disruption in Print Media: Challenges of Convergence and Business Models." 308(*Insyma*):206–9. doi: 10.2991/insyma-19.2019.53.
- [13] Nurkinan. 2017. "Impact of Online Media on Media Development Conventional." *Jurnal Politikom Indonesiana* 2(2):33–34.
- [14] Pamungkas, Damar Purba. 2016. "ANALISIS COMPETITIVE FORCE DAN COMPETITIVE STRATEGY SISTEM INFORMASI KULINER DI INDONESIA (STUDI KASUS : Kulina.Id)." *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)* 1(2):118–27. doi: 10.21831/elinvo.v1i2.10760.
- [15] Porter. 2008. "The Five Competitive Forces That Shape Strategy. In Harvard Business Review." *Harvard Business Review* 86(1):31.
- [16] Prihartono, Anton Wahyu. 2016. "Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos)." *CHANNEL: Jurnal Komunikasi* 4(1):105–16. doi: 10.12928/channel.v4i1.4210.
- [17] Setyawan, I. 2014. "Media Cetak Bertahan Hidup (Strategi Jawa Pos Indonesia Dan the Straits Times Singapura Mempertahankan Eksistensinya Dari Gempuran Media Online)." *Komunikasi* 702–11.
- [18] Wu, Yanfang. 2018. "The Disruption of Social Media: How the Traditional Collaborative Model between Reporters and Editors Evolves in American Newsrooms." *Digital Journalism* 6(6):777–97. doi: 10.1080/21670811.2017.1376590.