

DISEMINASI INFORMASI MELALUI MEDIA ONLINE SEBAGAI TRANSFORMASI MEDIA KONVENSIONAL

Chontina Siahaan¹, Jeniati Artauli Tampubolon², Nova Betriani Sinambela³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Indonesia

¹ chontinasiahaan58@gmail.com, ²jeniatitampubolon@gmail.com, ³novabetriani29@gmail.com

Abstrak

Masyarakat dapat dengan mudah mengakses berita melalui media online yang tersebar di internet seperti website portal berita *kompas.com*, *detik.com*, *tribunnews*, *medcom.id*, dan masih banyak lagi. Hal tersebut merupakan *transformasi* dari media konvensional yang dahulu menjadi andalan dalam pendistribusian berita. Media-media konvensional juga mengalami perubahan seiring perkembangan zaman agar tetap bertahan sebagai media penyampaian berita. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pola penyebaran informasi yang baru yaitu media online sebagai bentuk perubahan dari media konvensional. Oleh sebab itu digunakan teori difusi inovasi yakni proses dari inovasi yang disampaikan secara terus-menerus untuk diadopsi atau tidak oleh masyarakat menjadi sebuah gaya hidup baru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mix method* yakni gabungan kuantitatif dan kualitatif. Secara kuantitatif, survei disebar melalui *google form* dan secara kualitatif dilakukan wawancara mendalam kepada 10 mahasiswa, dimana 5 di antaranya adalah pria dan 5 lagi adalah wanita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media konvensional seperti radio, televisi dan surat kabar memang telah melekat bagi masyarakat, namun tidak dipungkiri banyak keterbatasan dari media konvensional ini. Oleh sebab itu kehadiran diseminasi lewat media online sangatlah membantu, karena masyarakat juga tidak bisa selalu memantau tv maupun radio setiap saat untuk memperoleh informasi. Karena jika langkah sedikitpun maka informasi akan terlewat. Diseminasi informasi merupakan bentuk perkembangan zaman dari media konvensional ke media *online*. Pada dasarnya bahwa terdapat kekurangan dan kelebihan dari media konvensional maupun media online. Diharapkan kedepannya, diseminasi informasi melalui media online semakin tersebar ke seluruh wilayah Indonesia, dan bukan hanya media online saja melainkan media konvensional agar tetap melestarikan media konvensional ini dikarenakan pada dasarnya daerah-daerah terpencil dan terdalam belum bisa menerima pengaruh digitalisasi, sehingga dapat tercapai dalam pemerataan memperoleh informasi baik dari media online maupun media konvensional.

Kata Kunci: Diseminasi , Media Online, Media Konvensional

Pendahuluan

Diseminasi informasi adalah tindakan penyebaran informasi serta inovasi yang dilakukan kepada khalayak. Ibrahim (1988:29) Dalam jurnal Kristiawan, M., Suryanti yg berjudul "Inovasi Pendidikan" betpendapat bahwa diseminasi informasi merupakan suatu runtunan perubahan dari penyebaran informasi yang dikonsepskan, diarahkan, dan dikelola. Oleh karena itu terjadi saling bergantinya informasi sehingga terjadi persamaan pendapat mengenai suatu inovasi. Beberapa tahun belakangan ini, penyebaran informasi di Indonesia

mengalami banyak perubahan ke arah yang lebih baik. Jika pada awalnya media konvensional seperti TV, radio, koran, majalah, katalog dan lain sebagainya merajalela dan menjadi media utama penyebaran informasi namun kini berangsur-angsur berubah. Media-media konvensional tersebut adalah media yang telah digunakan sejak zaman dahulu, informasi yang diberikan pun minim akan kritik karena media tersebut bersifat satu arah saja. Tanpa melihat pasar, media tersebut tetap memiliki agendanya masing-masing untuk memberikan informasi. Oleh sebab itu publik tidak memiliki banyak

pilihan dalam mencari informasi karena jam tayangnya pun sudah diatur oleh media tersebut, baik itu media penyiaran maupun media cetak seperti koran dan majalah.

Kini penyebaran informasi dan berita telah beralih ke media online, hal ini disebabkan karena semakin berkembangnya teknologi informasi di dunia hingga sampai ke Indonesia. Perkembangan teknologi di Indonesia adalah bentuk upaya modernisasi agar bangsa ini tetap mengikuti perkembangan zaman, dan juga tidak dapat dipungkiri perkembangan teknologi tersebut membawa banyak kemudahan bagi negara Indonesia. Salah satu contoh perkembangan teknologi tersebut adalah internet yang mulai marak di Indonesia, serta kemunculan *smartphone* atau ponsel pintar yang dengan mudah mengakses internet dalam genggamannya karena ponsel ini selain berfungsi sebagai alat komunikasi, juga berfungsi dalam penyebaran informasi yang ada di internet. Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau disingkat ¹APJII yang dibagikan pada tahun 2014, disebutkan bahwa dari 88 juta pengguna internet di Indonesia, terdapat 87.4% menggunakan jejaring sosial. Hal tersebut adalah survey tahun 2014 yang merupakan tujuh tahun silam, sedangkan ²APJII telah meng-*update* data baru yakni pengguna internet mengalami kenaikan setiap tahunnya dan pada 2019

¹ APJII. (2014). Profil Pengguna Internet Indonesia 2014. Diakses pada 18 November 2021, dari <https://apjii.or.id/content/read/39/27/PROFIL-PENGGUNA-INTERNET-INDONESIA-2014>

² APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII. Diakses pada 18 November 2021, dari <https://apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2>

peningkatan pengguna internet mencapai 10,12%. Melalui survey data tersebut dapat dilihat banyaknya jumlah pemakai internet yang tersebar di Indonesia.

Media online adalah media baru yang tersaji secara online di internet. Bentuk dari media online ini berupa gabungan telekomunikasi dan multimedia, yang termasuk dalam kategori media online adalah portal internet, situs *website* seperti blog dan media sosial (youtube, instagram, twitter, dsb). Dewan pers mengeluarkan Pedoman Pemberitaan Media Siber untuk mengartikan media siber sebagai segala bentuk media yang menggunakan wahana internet serta melaksanakan aktivitas jurnalistik dan memenuhi persyaratan undang-undang pers dan standar perusahaan pers yang ditetapkan oleh dewan pers (Romli, 2018). Media online juga adalah produk jurnalistik dan dinobatkan sebagai “generasi ketiga” setelah media cetak yaitu koran, majalah, buku, katalog dan media elektronik yakni radio dan televisi. ³Riset AC Nielsen yang tayang pada artikel katadata.co.id menyatakan bahwa, pembaca media online digital bertambah banyak. Sudah empat tahun belakang jumlah pembelian surat kabar mengalami penurunan. Hal tersebut dianggap karena masyarakat seharusnya memperoleh informasi secara gratis. Data Nielsen pada Agustus menyebutkan perihal jumlah pembaca media online yang menaik signifikan yaitu 4,5 juta pembaca. Media cetak saat ini menempati posisi kelima

³ KataData. (2020). Transformasi Bisnis Media di Era Digital Terus Bergulir. Diakses pada 25 November 2021, dari <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fcfc332efab0/t/transformasi-bisnis-media-di-era-digital-terus-bergulir>

untuk mendapatkan informasi dengan jumlah presentase sebesar 8%. "Urutan pertama ditempati televisi dengan 96%, diikuti papan iklan di jalanan 52%, penggunaan internet sebesar 43% dan radio sebanyak 37%," kata Executive Director Nielsen Media Hellen Katherina.

Sebagai media online atau media baru memiliki beberapa perbedaan dari media konvensional diantaranya komunikasi dua arah yang membuat publik dapat memberikan kritik maupun kepada media, umpan balik dari media, serta memberikan kesempatan partisipasi yang kreatif dan interaktif bagi publik dan berlangsung dimana saja, kapan saja dan melalui perangkat apapun asalkan memiliki internet. Pada jurnalisme di media online juga memberikan ruang tanpa batas pada setiap pemberitaannya. Hal ini berbanding terbalik dengan media konvensional yang dibatasi oleh halaman seperti dalam surat kabar atau waktu pada televisi maupun radio (Romli, 2018). Media online juga menampilkan teks, video, audio dan gambar secara bersamaan serta seseorang dapat mengulang berita sebanyak yang dia mau. Hal tersebut juga berbeda dengan media konvensional yang mengharuskan pemirsa untuk menonton dengan seksama agar informasinya tidak terlewatkan.

Tujuan dari penelitian ini mengetahui bentuk diseminasi informasi melalui media online sebagai transformasi media konvensional. Untuk mengetahui uji perbedaan penyebaran informasi melalui media konvensional dengan media online. Rekomendasi penelitian ini agar Pemerintah dapat menerapkan penyebaran informasi dengan menggunakan teknologi media digital secara menyeluruh di seluruh

Indonesia. Dengan adanya penelitian ini diharapkan membantu para akademisi terutama dalam aspek jurnalisme multimedia supaya lebih memahami media konvensional dan media online secara mendalam serta ikut berpartisipasi untuk memperbarui media konvensional dengan menjadikan media online/digital sebagai acuan untuk lebih berkembang lagi baik dari segi penerimaan informasi, ide dan banyak hal lainnya dalam mengembangkan praktisi jurnalisme dalam pengembangan ilmu jurnalistik

Tinjauan Pustaka

Peneliti mengadakan tinjauan pustaka terhadap beberapa karya ilmiah yang relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Adapun karya ilmiah tersebut dibuat oleh Andi Fadli yang merupakan Dosen Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Penelitian tersebut berjudul "Etika dan Tanggung Jawab Jurnalis (Studi Pemberitaan Hoax Melalui Media Online di Kota Makassar)" Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan penalaran induktif.

Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti dalam aspek perspective media online. Sedangkan letak perbedaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan penalaran induktif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode mix method dengan penggabungan antara metode kualitatif dengan pendekatan penjabaran/ deskripsi dari hasil wawancara yang dilakukan dan metode kuantitatif dengan pendekatan survey.

Karya ilmiah yang kedua yaitu jurnal yang disusun oleh Agustin Diana

Wardaningsih yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Pelita Harapan. Penelitian tersebut berjudul “Transformasi Jurnalisme Perjalanan Tiga Media: Dari Konvensional Menuju Online”. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus (*case study*).

Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti transformasi media dari media konvensional hingga menuju media online. Sedangkan letak perbedaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus (*case study*), sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode *mix method* dengan penggabungan antara metode kualitatif dengan pendekatan penjabaran/ deskripsi dari hasil wawancara yang dilakukan dan metode kuantitatif dengan pendekatan *survey*.

Karya ilmiah yang ketiga yaitu jurnal yang disusun oleh Nur Rahmah yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar angkatan 2017. Penelitian tersebut berjudul “Konvergensi Dari Media Konvensional ke Digital” (Studi pada Harian Ujungpandang Ekspres).

Kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti dalam aspek media konvensional. Sedangkan letak perbedaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif. sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan *mix method* dengan penggabungan antara metode kualitatif dengan pendekatan penjabaran/ deskripsi dari hasil wawancara yang dilakukan dan

metode kuantitatif dengan pendekatan *survey*

Metode

Metode penelitian ini adalah *mix method* atau metode gabungan yakni antara kualitatif dan kuantitatif, penelitian gabungan digunakan karena dirasa perlu melakukan wawancara lebih mendalam kepada beberapa responden untuk memperoleh jawaban yang lebih dalam dan memperkuat kebenaran dari *survey* yang dilakukan. Penelitian dilakukan melalui pendekatan ilmiah yang berpijak pada teori tertentu dan berkembang berdasarkan penelitian secara empiris (Muri Yusuf). Oleh sebab itu digunakan teori difusi inovasi, yang menjelaskan proses mengenai inovasi atau ide-ide yang disampaikan secara berkala dan perlahan-lahan dikembangkan melalui konstruksi sosial pada suatu sistem sosial hingga berujung pada pengadopsian maupun penolakan adopsi terhadap inovasi tersebut. Dalam hal ini, inovasi tersebut adalah teknologi yang menyebarkan berita melalui media online.

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa dari Universitas Kristen Indonesia dengan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik yang berjumlah 785 mahasiswa pada rentan usia sekitar 19-22 tahun dan tempat tinggalnya berlokasi di beberapa provinsi Indonesia yakni Sumatera Utara, Riau, Padang, DKI Jakarta, Pulau Jawa, Pulau Kalimantan, Pulau Sulawesi, NTT, NTB, Bali, dan Pulau Papua. Berdasarkan populasi tersebut maka diperoleh sampel sebanyak 89 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*, menurut Ulber (2012:261) teknik ini didefinisikan sebagai memiliki kesempatan yang sama, bebas dan seimbang. Menurut Sugiyono (2017:82) teknik ini merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dari populasi

tersebut. Berikut adalah rumus untuk

N

$$n = \frac{N}{1 + N(d^2)}$$

- Dimana:
- N = besar populasi
- n = besar sample
- d = tingkat kepercayaan/ketepatan yg diinginkan

Pengumpulan data dilakukan dengan cara survey dan disebar melalui *google form* untuk dianalisis secara kuantitatif. Melalui data kuantitatif tersebut dipilih beberapa responden sebanyak 10 orang yakni 5 orang pria dan 5 orang wanita secara purposive untuk diwawancara dan dianalisis secara kualitatif agar mendapat pemahaman yang lebih mendalam serta membuktikan keabsahan dan keakuratan dari data survey yang telah dilakukan.

Hasil dan Pembahasan

Dalam survey ini peneliti menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala Likert dengan jawaban menggunakan skala 1-5. Nilai 1 sangat tidak setuju, Nilai 2 tidak setuju, Nilai 3 ragu-ragu, Nilai 4 setuju dan Nilai 5 sangat setuju. Dapat dilihat secara umum, melalui survey kuesioner yang disebar kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Kristen Indonesia bahwa telah terjadi *transformasi* dari media konvensional ke media online. Menurut hasil survey, banyak koresponden yang mempercayai bahwa semakin besar intensitas membaca berita, maka semakin banyak informasi yang diperoleh. Pada survei ini peneliti ingin melihat lebih dalam mengenai diseminasi atau penyebaran informasi yang telah beralih dari media konvensional ke media online sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang telah tertera diatas.

1. Bagaimana bentuk Diseminasi Informasi Melalui Media Online

memperoleh sampel

Sebagai Bentuk Transformasi Media Konvensional.

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa dengan adanya kecanggihan teknologi yang semakin cepat membuat koresponden memperoleh informasi secara cepat dan aktual dari media online. Sampel penelitian ini juga merupakan orang yang mengalami media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar sebagai media utama memperoleh berita sekaligus mengalami era digital dimana media baru yaitu media online telah beralih menjadi sumber utama memperoleh berita. Oleh sebab itu para koresponden menjawab bentuk transformasi dari media konvensional ke media online terdapat di kemajuan teknologi dalam penyebaran berita maupun konten.

Kemajuan teknologi tersebut menghasilkan kenyamanan dalam memperoleh berita sehingga publik berangsur-angsur menggunakan media online. Dari hasil survey melalui *google form*, peneliti memperoleh data dari 89 sampel dan sebanyak 44,9% koresponden memilih Sangat Setuju dari penelitian ini dapat dilihat banyak responden setuju bahwa dengan kecepatan teknologi membuat orang berlomba-lomba untuk memperoleh sumber informasi pula.

tabel 1

x.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1.1	1.1	1.1
TS	4	4.5	4.5	5.6
RR	17	19.1	19.1	24.7
S	27	30.3	30.3	55.1
SS	40	44.9	44.9	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Tabel 1. Kenyamanan dalam penggunaan media online

Salah satu informan dari wawancara ini berpendapat dan memperkuat hasil survey dengan mengatakan bahwa “masyarakat beralih ke media online karena mudahnya akses ke media online dan tidak memerlukan banyak biaya seperti dulu ingin berlangganan koran harus membayar, sementara sekarang membaca berita dimanapun tidak perlu membayar”

Pendapat informan tersebut pun disetujui oleh informan lainnya yang diwawancarai. Melalui survei juga, peneliti mendapat jawaban bahwa media online membuat peningkatan dalam membaca berita seperti yang tertera pada tabel berikut. Kemudahan yang didapat dari diseminasi informasi melalui media online ternyata cukup mengunggguh kebiasaan membaca para responden.

Penjelasan diatas juga selaras dengan teori difusi inovasi. Dimana responden mengadopsi inovasi teknologi dan menjadikannya gaya hidup. Inovasi teknologi yang masuk secara perlahan-lahan dan bertahun-tahun selama beberapa tahun belakangan

ini telah membuat masyarakat beralih dari media konvensional ke media online.

2. Apakah ada perbedaan di antara penyebaran informasi melalui media konvensional dengan media online.

Jika membandingkan koran atau surat kabar dengan media online maka berita yang disajikan dari koran terbilang masih bisa dipertanggungjawabkan karena pembuatannya pun melalui proses editing kepada tim redaksi. Dari hasil survey melalui *google form* menjelaskan bahwa sebanyak 60,7% (tabel2) responden memilih bahwa perbedaan yang mencolok terdapat pada banyaknya informasi hoax yang beredar. Media online agak sulit dipertanggungjawabkan dengan munculnya *citizen journalism* yang belum memahami kode etik jurnalistik, dapat memungkinkan terjadinya kesalahan penyajian informasi. Media cetak dianggap lebih mampu mencegah informasi yang tidak layak serta menyajikan berita secara lebih akurat.

tabel 2

x.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
RR	9	10.1	10.1	11.2
S	25	28.1	28.1	39.3
SS	54	60.7	60.7	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Tabel 2. Perbedaan diseminasi informasi media online dan media konvensional dari aspek hoax

Menurut pendapat salah satu koresponden yang diwawancarai bahwa

“sesungguhnya media online cenderung lebih realtime dan update, serta lebih cepat pengaksesan berbeda dengan media konvensional seperti TV , pada dasarnya Media konvensional seperti Tv sudah memiliki jadwal penayangan yang sudah ditetapkan.” argumen tersebut memperkuat survey penelitian. Gumelar dan Maulana (2013) juga berpendapat, media cetak masih menjadi menarik karena informasi yang diterbitkan bisa disimpan tanpa harus melakukan "recording" seperti dalam media siaran, dan informasi tersebut masih bisa didapatkan kembali jika suatu saat diperlukan.

Selain itu, perbedaan lainnya dari aspek tata bahasa, ide dan tampilan. Bahasa dalam media konvensional cenderung formal dan tersusun dengan rapi sehingga membuat pembaca maupun pemirsah sulit memahami apabila tidak seksama dalam membaca maupun mendengarkan. Sedangkan media online menggunakan tata bahasa yang lebih ringan mudah dipahami oleh pemirsah maupun pembaca. Aspek berikutnya ialah ide dan tampilan dalam pembuatan dan penyajian berita maupun

konten yang disuguhkan oleh media konvensional kurang variatif dan monoton.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa media telah mengubah haluannya menjadi menyebarkan informasi melalui media online walau tetap tidak meninggalkan media konvensional karena media konvensional tetap dibutuhkan di daerah-daerah minim teknologi dan jaringan internet.

Media konvensional seperti radio, televisi dan surat kabar memang telah melekat bagi masyarakat, namun tidak dipungkiri banyak keterbatasan dari media konvensional ini. Oleh sebab itu kehadiran diseminasi lewat media online sangatlah membantu, karena masyarakat juga tidak bisa selalu memantau tv maupun radio setiap saat untuk memperoleh informasi. Karena jika lengah sedikitpun maka informasi akan terlewat.

Diseminasi informasi ini adalah bentuk dari perkembangan zaman dari media konvensional ke media online. Responden banyak yang setuju dengan kenyamanan mengakses informasi dari media online, meskipun tetap terdapat kekurangan dan kelebihan dari media konvensional maupun media online. Diharapkan kedepannya, diseminasi informasi melalui media online semakin tersebar ke seluruh wilayah Indonesia, dan bukan hanya media online saja melainkan

media konvensional agar tetap melestarikan media konvensional ini dikarenakan pada dasarnya daerah-daerah terpencil dan terdalam belum bisa menerima pengaruh digitalisasi, sehingga dapat tercapai dalam pemerataan memperoleh informasi baik dari media online maupun media konvensional.

Rekomendasi dari peneliti agar media konvensional menjadikan media online sebagai acuan sehingga dapat mengikuti perkembangan jaman dan mempertahankan eksistensinya baik dari aspek ide, tampilan, dan dapat menduplikasikan beritanya ke media online.

Rekomendasi terhadap media online adalah dalam penyebaran informasi diharapkan mampu menyentuh semua kalangan serta dapat menjangkau daerah-daerah yang minim teknologi agar tercapailah diseminasi informasi melalui media online secara optimal

Referensi

Buku:

- Situmeang, I. V. O. (2020). Buku Media Konvensional dan Media Online.
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan mengelola media online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Silalahi, U. (2006). *Metode penelitian sosial*.
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media.

Jurnal dan karya ilmiah :

- Agustina, L. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Implementasi e-Government*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Litbang SDM.
- Evriyana, A., Nugroho, S., & Suparmo, L. (2021). *Efektivitas Webinar dalam Membangun Pola Komunikasi di*

Tengah Pandemi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 40-53

Fadli, A. (2018). *Etika Dan Tanggung Jawab Jurnalis (Studi Pemberitaan Hoax Melalui Media Online Di Kota Makassar)*. *Jurnal Jurnalisa: Jurnal Jurusan Jurnalistik*, 4(2).

Hamasiyah, H. L. (2018). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Diseminasi Informasi Mengenai Autisme (Studi Kasus Pada Organisasi Rumah Autis)*. *Doctoral dissertation, Universitas Airlangga*.

Hidayat, A. N. *Diseminasi Informasi Keseimbangan Bebas Berpendapat Dan Tanggung Jawab Sosial Oleh Kementerian Komunikasi Dan Informatika Di Media Sosial* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

Kristiawan, M., Suryanti, I., Muntazir, M., Ribuwati, A., & AJ, A. (2018). *Inovasi Pendidikan*. Jawa Timur: Wade Group National Publishing.

Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi komunikasi dan persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.

Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). *Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar)*. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* 4(2), 146-159.

Nurrahmah, N. (2017). *Konvergensi dari Media Konvensional ke Digital (Studi pada Harian Ujungpandang Ekspres)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

Rahardjo, T., Kartawijaya, B., Wikan, A., Eriyanto, & Zarkasi, I. R. (2017). *TREN POLA KONSUMSI MEDIA*

DI INDONESIA TAHUN 2017. *The 4th Indonesia Media Research Awards & Summit (IMRAS) 2017*. Jakarta: Serikat Perusahaan Pers (SPS).

Wardaningsih, A. D. (2021). TRANSFORMASI JURNALISME PERJALANAN TIGA MEDIA: DARI KONVENSIONAL MENUJU ONLINE. *Jurnal Ilmu dan Budaya*, 42(2), 237-256.

Internet

APJII. (2014). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Diakses pada 18 November 2021, dari

<https://apjii.or.id/content/read/39/27/PROFIL-PENGGUNA-INTERNET-INDONESIA-2014>

APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII*. Diakses pada 18 November 2021, dari <https://apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2>

KataData. (2020). Transformasi Bisnis Media di Era Digital Terus Bergulir. Diakses pada 25 November 2021, dari <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fcfc332efab0/transformasi-bisnis-media-di-era-digital-terus-bergulir>