



Transformasi Digital Surat Kabar Harian Riau Pos Dalam Menghadapi Persaingan Global

Muhammad Ali Nurman¹, Belli Nasution², Yasir³

Magister Ilmu Komunikasi Universitas Riau

Abstract

Received: 05 Oktober 2024

Revised : 11 Oktober 2024

Accepted: 17 Oktober 2024

The print media industry, especially newspapers, is experiencing severe shocks due to the rapid development of communication, information and digital technology. Riau Pos is the largest and oldest newspaper in Riau which has also felt the impact of technological disruption by experiencing a decline in circulation and income. To be relevant to current developments, Riau Pos implements digital transformation through various existing digital platforms. This research is intended to find out how the digital transformation of the Riau Pos Daily Newspaper as a traditional media is prepared to face global competition? The stages in this research are divided into three parts, namely (1) How is Riau Pos' strategy prepared in preparing for digital transformation to face global competition? (2) How is the transformation implemented by Riau Pos towards digital media facing global competition? This research uses descriptive qualitative research methods. Data was obtained by conducting in-depth interviews, observation and documentation. The research took as sources the Director who is also the Editor-in-Chief of Riau Pos, Deputy Editor-in-Chief, coverage coordinator and Riau Pos reporter. The results of this research show that Riau Pos has maintained its existence in the digital era by carrying out transformation using the mediamorphosis model. The model chosen focuses on developing new media in the form of websites and social media while still relying on the core business of newspapers. The two platforms, namely newspaper and digital, are managed side by side with a multiplatform concept so that they can reach a wider and more diverse audience. Riau Pos developed a digital business brand with Riau Pos Media. However, this development has not been followed by the creation of one application that can be used to access all service platforms owned by Riau Pos.

Keywords: *Digital transformation, convergence, mediamorphosis, transformation strategy*

(*) Corresponding Author: muhammadalinurman@gmail.com

How to Cite: Nurman, M. A., Nasution, B., & Yasir. (2024). Transformasi Digital Surat Kabar Harian Riau Pos Dalam Menghadapi Persaingan Global. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14375087>

PENDAHULUAN

Surat kabar adalah satu dari lima besar media tradisional atau *The "Big Five" Traditional Media* (Straubhaar, 2009:332). Dirincikan, lima besar media tradisional ini adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan media luar ruang. Dikatakan masuk dalam kategori lima besar media tradisional karena jenis-jenis media tersebut memiliki jangkauan audiens terbanyak. Media tradisional dapat dimaknai sebagai media yang masih menggunakan teknologi analog. Jenis media ini tersaingi dengan hadirnya media baru yang lahir sebagai dampak globalisasi dan munculnya teknologi digital.

Sementara itu, pada 2019, berdasarkan data Serikat Perusahaan Pers (SPS), terdapat penurunan pertumbuhan media cetak di Indonesia dibandingkan tahun 2014. Jumlah surat kabar harian menurun dari 418 ke 383, surat kabar mingguan turun dari 218 ke 77, majalah turun dari 449 ke 111, dan tabloid turun dari 236 ke

73. Secara total, jumlah media cetak turun dari 1.321 (2014) ke 644 (2019). Lantas, oplah media cetak tinggal 12,8 juta eksemplar pada tahun 2019. Jumlah itu turun sekitar 5 juta eksemplar dari 2014 sebesar 23,3 juta eksemplar.(detik.com 2022).

Akhir-akhir ini, saat internet berkembang di Indonesia, diskursus publik yang muncul adalah tentang masa depan surat kabar prediksi masa depan suram surat kabar. Majunya perkembangan teknologi, membawa perubahan signifikan pada bentuk dan penyajian media. Informasi sekarang disampaikan pada masyarakat bukan hanya dalam bentuk cetak tapi juga dalam berbagai media/bentuk elektronik yang dapat di akses melalui jaringan internet. Perkembangan teknologi komunikasi memicu munculnya media alternatif, yang mampu memangkas hambatan jarak, waktu dan nilai sosial budaya yang ada di tengah masyarakat. Media baru dengan karakternya yang fleksibel dan mudah diperoleh ini kemudian membuatnya menjadi media yang semakin akrab di masyarakat dan menggeser media konvensional seperti surat kabar.

Jumlah pengguna alat komunikasi gadget untuk mengakses internet juga semakin bertambah seiring dengan kemudahan akses. Dengan begitu,waktu yang digunakan untuk menonton televisi atau membaca koran atau majalah otomatis berkurang. Dengan perkembangan teknologi, maka orang juga sudah mulai beralih media. Hootsuite Inc dalam Laporan berjudul Essential Digital Headlines in 2022 Report menerangkan data tren pengguna internet dan media sosial pada tahun 2022 di Indonesia meenunjukkan total Populasi atau jumlah penduduk Indoneisa per Februari adalah 277,7 juta jiwa, ini meningkat 1 persen disbanding tahun 2021 yang erada di angka 274,9 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, pengguna Internet di Indonesia berada di kisaran 204,7 juta jiwa atau 73,7 persen dengan perangkat Mobile yang terhubung sebanyak 370,1 juta. Di Indonesia ada pengguna Media Sosial Aktif sebanyak 191,4 juta jiwa, naik 12,6 persen dari tahun 2021 yang berjumlah 170 juta jiwa. (Hootsuit Inc, 2022).

Gambar 1.1. Populasi Pengguna Internet di Indonesia 2022



Sumber: *Hootsuit Inc. 2022.*

Penerbit media cetak sadar,bahwa media massa konvensional atau media cetak terancam eksistensinya lantaran berbagai informasi yang semula dikuasai oleh media cetak kini dengan mudah dapat diakses masyarakat tanpa terikat ruang dan waktu. Hal yang lebih menarik adalah adanya keunggulan dari segi kecepatan dan informasi variatif yang diramalkan bakal menggantikan

media cetak.

Fenomena diatas, bukan hanya terjadi dalam skala global namun juga lokal di Provinsi Riau. Salah satu media cetak yang juga mengalami hantaman akibat perkembangan dunia digital adalah harian Riau Pos. Sebagai koran terbesar yang sudah terbit setiap hari sejak 17 Januari 1991, Riau Pos juga mengalami penurunan oplah dan juga berpotensi kehilangan pembaca yang tak lagi membaca koran. Situasi ini juga harus membuat Riau Pos mulai dari tataran manajemen hingga pada struktur paling bawah untuk berbenah menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Riau Pos harus merancang strategi transformasi konvergensi media dan mengimplementasikannya agar berkesuaian dengan kebutuhan pada era digital seperti sekarang ini.

Sejak pertama kali terbit pada 17 Januari 1991 hingga saat ini, surat kabar harian Riau Pos sudah 30 tahun tak pernah berhenti terbit dan mencetak koran. Riau Pos pertama kali terbit di mulai dengan oplah 2.500 eksemplar terus meningkat menjadi 7.500 eksemplar, terus bertambah 12.500 eksemplar dan kemudian 18.000 eksemplar bertambah menjadi 20.000 eksemplar hingga menembus cetakan sebesar 25.000 eksemplar dan tahun 1998 sempat *booming* ke angka 50.000 eksemplar. Sejak tahun 2012, akibat berkembangnya dunia telekomunikasi digital dan mahalnya biaya produksi, oplah Riau Pos pun ikut terdampak. Kini, oplah Riau Pos berada di kisaran 8.000 hingga 10.000 eksemplar.

Meski sudah terbit sejak 1991, Riau Pos baru merambah dunia digital pada medio 2000-an. Saat itu, aktivitas Riau Pos di dunia digital baru bersifat komplementary, tidak menjadi core bisnis, Kehadiran Riau Pos lebih pada ikut hadir ketika media online mulai muncul. Awal munculnya Riau Pos di ranah digital dimulai dengan situs RiauToday.com. Riau Pos di medio tahun 2000-an itu juga mulai merambah dunia digital karena memiliki anak perusahaan yang merupakan provider internet. M-Link. Kemunculan Riau Pos di ranah digital pada medio 2000-an memang belum jadi inti bisnis kiarena saat itu keberadaan media online juga belum banyak dan masih dalam hitungan jari.

Riau Pos mulai serius dalam menggarap ranah digital terhitung sejak tahun 2017. Saat itu, tidak bisa dipungkiri perkembangan dunia digital sudah sangat pesat. Di saat bersamaan perkembangan pembaca juga berubah berikut kebiasaan atau habit-nya Riau Pos kemudian menyadari bahwa tidak bisa hanya mengandalkan media cetak untuk eksis di tengah perkembangan dunia digital. Platform digital juga harus digarap untuk melekatkan semua pembaca Riau Pos. Penetrasi Riau Pos pada masyarakat dan pembaca kemudian dimaknai menjadi Riau Pos sebagai sebuah brand bisnis media.

Karena itu, Riau Pos mau tak mau harus menerapkan transformasi digital guna menyongsong perkembangan yang ada. Peneliti melihat trnasformasi digital yang diterapkan oleh Riau Pos melalui model mediamorfosis. Mediamorfosis adalah transformasi media komunikasi yang biasanya ditimbulkan oleh hubungan timbal balik yang rumit antara kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi sosial dan teknologi. (Fidler, 2003) Mediamorfosis bukan hanya sekedar cara berpikir tentang evolusi teknologi media komunikasi, namun mediamorfosis mendorong kita untuk memahami semua bentuk sebagai bagian dari sebuah sistem yang saling terkait dan mencatat berbagai kesamaan dan hubungan yang ada antara bentuk-bentuk

yang muncul pada masa lalu, masa sekarang, dan yang sedang dalam proses kemunculannya. Dengan mempelajari sistem komunikasi secara menyeluruh, kita akan menemukan, bahwa media tidak muncul begitu lama. Ketika bentuk-bentuk media komunikasi yang lebih baru muncul, bentuk-bentuk terdahulu biasanya tidak mati, terus berkembang dan beradaptasi. (Fidler, 2003).

Terdapat penelitian yang menjadi kajian literature bagi peneliti. Penelitian sejenis dengan tema penelitian yang sama pernah dilakukan oleh Muliadi Susanto (2018) dengan judul “Penerapan Analisis Swot Pada Surat Kabar Harian Riau Pos Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Persaingan Online”. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan Riau Pos mempertahankan eksistensi dengan cara mempertahankan verifikasi kebenaran dalam menulis dan menyebarkan berita. Informasi yang lebih mendalam di media cetak daripada media online merupakan cara mempertahankan kepercayaan masyarakat. Melakukan inovasi dengan konvergensi media serta kombinasi produk cetak dan produk digital. Perbedaan penelitian yang dilakukan Muliadi Susanto dengan penelitian ini adalah model analisis, Muliadi Susanto menggunakan analisis SWOT sedangkan penelitian ini menggunakan model media morfosis.

METODE

Menurut Moleong (Rasyid 2019) “penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah, bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam, antara peneliti dengan fenomena peneliti.” Metode penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Teknik Pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah wawancara langsung, observasi, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Direktur dan Pimpinan Redaksi Riau Pos, Wakil Pemimpin Redaksi Riau Pos, Koordinator Liputan Riau Pos dan Penanggungjawab Digital Riau Pos, dan Wartawan Riau Pos. Penentu subjek penelitian ini menggunakan teknik purposive. Objek pada penelitian ini yaitu Transformasi Digital Riau Pos Menghadapi Persaingan Global. Penelitian dilakukan di Kantor Riau Pos lantai 3 Gedung Gaha Pena, Pekanbaru. Data yang terkumpul kemudian disajikan dalam bentuk narasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Riau Pos Dalam Menyiapkan Transformasi Digital Menghadapi Persaingan Global

Transformasi digital pada media melibatkan penggabungan berbagai jenis media seperti televisi, internet, media sosial, dan perangkat mobile untuk menyediakan konten yang terintegrasi dan dapat diakses melalui berbagai platform. Dalam mengembangkan strategi ini, perusahaan media harus memperhatikan beberapa hal penting.

Perkembangan teknologi diakui Pemimpin Redaksi dan Direktur Riau Pos Firman Agus menggerus pasar Riau Pos. Anak-anak muda saat ini, banyak yang tidak bersentuhan dengan Riau Pos sebagai surat kabar untuk mencari berita. Dijelaskan Firman, ada empat industri media utama, yaitu surat kabar, rekaman musik, film, dan televisi, berada di pusat perubahan yang disebabkan oleh gangguan

digital. Meski begitu, dia memiliki keyakinan bahwa gangguan digital tidak mematikan media lama selama media lama bisa beradaptasi.

“Yang menarik adalah bahwa teknologi baru tidak mengenalkan media baru secara langsung. Sebaliknya, teknologi tersebut memberikan alat baru kepada media yang sudah ada untuk dapat mencapai audiens atau masyarakat dengan cara yang lebih efektif,” (Firman 2023).

Dia menggarisbawahi, manajemen Riau Pos terlebih dahulu memahami beberapa konsep kunci dalam menerapkan transformasi digitalnya. Adanya platform digital dan media sosial membuat persaingan semakin sengit. Riau Pos harus bersaing untuk mendapatkan perhatian audiens di tengah banyaknya pilihan yang tersedia. Dengan kemampuan teknologi untuk mengumpulkan data konsumen, model bisnis digital media dapat memberikan pengalaman yang lebih personal dan terukur.

Sebagai perusahaan media yang menyampaikan informasi pada Masyarakat, Firman menyebutkan, ada beberapa konstruksi yang diterapkan Riau Pos.

a. Informasi Spesifik dan Fokus

Informasi yang sangat spesifik dan terfokus pada suatu topik atau area tertentu. Ini adalah informasi yang mendalam dan khusus, dirancang untuk memenuhi kebutuhan audiens yang memiliki minat atau kebutuhan khusus dalam suatu subjek. Bisa berupa topik-topik yang spesifik dalam industri, hobi, atau bidang lainnya.

b. Informasi Mendalam

Informasi yang sangat mendalam dan komprehensif mengenai suatu topik atau masalah. Informasi ini tidak hanya menyentuh permukaan, tetapi mencakup pemahaman yang mendalam, detail, dan kompleksitas suatu subjek. Informasi deep sering kali melibatkan analisis yang cermat, penelitian yang menyeluruh, dan pemahaman yang mendalam terhadap konteks di sekitar suatu topik.

c. Informasi Konstruktif :

Informasi yang dirancang untuk memberikan pemahaman yang membangun, memperkaya, atau memberikan wawasan positif. Ini seringkali melibatkan penyajian solusi, ide-ide konstruktif, atau pandangan yang dapat membantu pembaca atau audiens untuk memahami situasi atau konsep dengan cara yang membangun.

Riau Pos seperti juga perusahaan media lainnya yang berada dibawah jaringan dari Jawa Pos Grup, memiliki panduan khusus dalam pembuatan berita. Ini di kalangan Jawa Pos Group disebut Rukun Iman Berita. Yakni tuntunan apa yang harus ada dalam setiap Upaya pencarian berita dilakukan.

a. Penting - Buat Media, Pembaca, dan Masyarakat:

Berita harus memiliki nilai penting yang dapat memengaruhi media untuk meliputnya, pembaca untuk membacanya, dan masyarakat umum untuk memahaminya. Kriteria ini menentukan bahwa berita seharusnya tidak hanya menjadi informasi biasa tetapi memiliki dampak atau relevansi yang signifikan.

b. Aktual - New is News:

Prinsip dasar bahwa berita harus bersifat aktual atau baru. Fokus pada kejadian terkini atau perkembangan terbaru dalam suatu isu atau peristiwa. Hal ini memastikan bahwa berita memberikan informasi yang up-to-date dan relevan.

c. Orang Digigit Anjing Biasa, Orang Gigit Anjing Itu Berita

Berita harus memiliki unsur keunikan atau ketidakbiasaan yang menjadikannya menarik. Peristiwa yang jarang terjadi atau memiliki elemen kejutan lebih mungkin menarik perhatian pembaca.

d. Asas Kedekatan – Lebih Dekat Lebih Menarik:

Berita yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari pembaca memiliki daya tarik yang lebih besar. Masyarakat cenderung lebih tertarik pada berita yang memiliki relevansi dengan lingkungan atau kehidupan mereka sendiri.

e. Asas Keterkenalan – Makin Terkenal, Makin Menarik:

Isu atau peristiwa yang melibatkan tokoh atau elemen terkenal lebih mungkin menarik perhatian. Keterkenalan seseorang atau sesuatu dapat memberikan daya tarik tersendiri pada suatu berita.

f. Magnitude - Kekuatan Suatu Peristiwa:

Berita yang memiliki dampak besar atau kekuatan yang signifikan cenderung lebih menarik. Magnitude bisa dilihat dari seberapa besar perubahan atau pengaruh yang dapat dihasilkan oleh suatu peristiwa.

g. Human Interest - Penderitaan, Kesedihan, Kebahagiaan:

Berita yang mengandung elemen emosional seperti penderitaan, kesedihan, atau kebahagiaan manusia memiliki daya tarik yang lebih besar karena dapat menciptakan keterhubungan emosional dengan pembaca.

h. Unsur Konflik - Bad News is Good News:

Konflik atau ketegangan dalam suatu berita seringkali menarik perhatian pembaca. Berita yang membahas konflik atau kontroversi dapat memiliki daya tarik yang tinggi, bahkan jika itu berarti menyajikan "berita buruk."

Roadmap

Roadmap disusun dalam transformasi ini membantu dalam mengarahkan perubahan teknologi, budaya, dan proses bisnis untuk mencapai keunggulan kompetitif dan menanggapi tantangan yang dihadapi di era digital. Dalam Menyusun roadmap sebagai pemandu penerapan transformasi digital, Riau Pos terlebih dahulu menentukan elemen umum yang akan jadi pertimbangan. Roadmap transformasi digital yang disusun Riau Pos kemudian disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik unik dari keberadaan Rua Pos. Itu harus menjadi dokumen yang hidup dan dapat disesuaikan seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi.

Transformasi digital yang diterapkan Riau Pos sendiri adalah proses di mana berbagai platform media (cetak, online, dan elektronik) menyatu untuk menciptakan konten yang seragam dan terintegrasi. Surat kabar Harian Riau Pos sebagai media tradisional menerapkan konvergensi media agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Strategi transformasi konvergensi Riau Pos melibatkan langkah-langkah yang diambil oleh perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan ini dan memanfaatkannya.

"Riau Pos mulai serius menggarap digital itu dari tahun 2017. Karena tidak bisa dipungkiri perkembangan dunia digital sangat pesat. Perkembangan pembaca juga berubah, habit atau kebiasaan pembaca juga berubah. Riau Pos tidak bisa hanya mengandalkan media cetak. Harus memakai platform digital untuk tetap melekatkan semua pembaca Riau Pos. Mentransformasikan Riau Pos sebagai

sebuah brand bisnis media” Firman Agus (Direktur/Pemimpin Redaksi Riau Pos)

Perkembangan teknologi diakui Firman menggerus pasar Riau Pos. anak-anak muda saat ini, banyak yang tidak bersentuhan dengan Riau Pos sebagai surat kabar untuk mencari berita.

“Saat ini harus diakui anak-anak muda kalangan milenial tidak membaca koran. Ini terjadi bukan hanya terhadap Riau Pos saja, tapi juga terhadap semua media cetak. Ini menjadi tantangan tersendiri. Saya juga mendapati ini langsung kritika memberikan pelatihan pada mahasiswa. Mereka mengatakan pada saya tidak ada yang baca koran. Tapi Ketika ditanya Riau Pos, mereka tahu. Bilangnya tahu dari media sosial, dari Instagram.” (Firman 2023)

Dalam roadmap ini, setiap media mengalami transformasi dari platform tunggal menjadi multi-platform, yang dapat diprediksi akan menghadapi berbagai tantangan. Salah satu perubahan signifikan adalah dalam hal audiens. Jika sebelumnya audiens hanya menjadi penerima informasi, sekarang mereka juga berperan sebagai pemberi informasi dengan kemampuan untuk menciptakan dan berbagi konten. Berdasarkan data yang penulis himpun Riau Pos baik itu koran maupun digital memiliki Roadmap yang disusun sejak tahun 2020 hingga 2024 mendatang. Ini meliputi proyeksi kerja Surat Kabar harian Riau Pos hingga proyeksi kerja Riau Pos Digital.

Konglomerasi

Dalam perjalanan waktu, dinamika konglomerasi media di Indonesia juga mengalami perubahan. Saat beberapa pemilik media nasional mendominasi, Jawa Pos Group pun beradaptasi. Dari ratusan media yang pernah dimiliki, kini tinggal puluhan grup. Tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjaga independensi media, terutama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Menghadapi kenyataan bahwa beberapa pemilik media dapat memengaruhi arah dan kebijakan konglomerasi, menjaga independensi menjadi hal yang sangat krusial. Upaya untuk tetap menjadi penyampai informasi yang objektif, tanpa terpengaruh oleh kepentingan-kepentingan tertentu, menjadi fokus yang harus dijaga secara konsisten. Ini melibatkan proses redaksional yang transparan, etika jurnalistik yang kuat, dan tanggung jawab moral terhadap masyarakat sebagai konsumen utama informasi.

Selain menjadi bagian dari konglomerasi media Jawa Pos Group, Riau Pos juga merupakan induk group perusahaan yang berada di Sumatera bagian barat. Yakni Riau Pos, Pos Metro Indragiri, Dumai Pos (Dumai), Padang Express (Padang), Pos Metro Padang, Sumut Pos (Medan). Batam Pos, Riau Televisi, Batam Televisi, RiauPos.co, PT. Riau Graindo (Percetakan- Pekanbaru), PT. Padang Graindo (Percetakan- Padang), PT. Batam Press (Percetakan-Batam) PT. Medan Graindo (Percetakan- Medan).

Seiring dengan berjalannya waktu, Riau Pos sebagai bagian dari Jawa Pos Group terus berkomitmen untuk membangun keberagaman informasi dan merawat independensinya. Hal ini bukan hanya sebagai bentuk tanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga sebagai kontribusi nyata dalam membentuk wacana publik yang sehat dan berimbang. Mewujudkan media yang independen dalam konteks konglomerasi adalah tantangan, namun sekaligus kesempatan untuk

menunjukkan bahwa keberagaman dan independensi dapat bersinergi untuk menciptakan ekosistem media yang dinamis dan bermanfaat bagi masyarakat

Kebijakan Manajemen

Dalam melaksanakan transformasi digital, manajemen Riau Pos telah menerapkan sejumlah langkah konkret yang mendukung perubahan secara menyeluruh, mulai dari struktur bisnis hingga pola kerja karyawan. Pentingnya manajemen dalam mengantisipasi perubahan di era digital juga tercermin dari perhatian yang lebih intensif pada penyediaan alat pendukung produksi. Beberapa tahun terakhir, Riau Pos sebagai bagian dari Jawa Pos Group telah menjadikan peningkatan infrastruktur produksi sebagai prioritas. Ini mencakup investasi dalam alat-alat modern, perangkat lunak terkini, dan pelatihan karyawan untuk menguasai teknologi-produksi terbaru.

Dalam penerapan transformasi digitalnya pula, Riau Pos secara peran dan bisnis juga ikut mengalami disrupsi. Dalam segi peran, Riau Pos berubah dari peran tradisional dalam industri media menuju peran digital. Misalnya, wartawan dan editor harus beradaptasi dengan teknologi baru, seperti platform digital, media sosial, dan algoritma berita untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens. Kemudian munculnya platform digital dan media sosial telah menciptakan peran baru di dalam struktur Riau Pos sendiri. Di Riau Pos saat ini pasca penerapan transformasi digital terdapat satu direktur utama, dan empat direktur. Yakni Direktur Operasional yang membawahi bagian umum, HRD, IT dan penagihan. Kemudian Direktur Bisnis yang membawahi Iklan Pekanbaru, Iklan Jakarta, serta Sirkulasi Koran. Selanjutnya, Direktur Kerjasama dan Event yang membawahi EO dan terakhir Direktur Produksi yang membawahi Redaksi Koran dan Redaksi Online & Digital.

Transformasi riau pos menuju media digital menghadapi persaingan global Dari Go digital menjadi riau pos media

Dinamika industri media terus berkembang dan Riau Pos berusaha untuk tetap relevan melalui transformasi digital dan konvergensi media. Riau Pos Media menjadi entitas bisnis yang menyediakan informasi melalui berbagai platform, menjadikan berita dapat diakses dari berbagai macam sumber. Meskipun pandemi Covid-19 telah memengaruhi beberapa proyek, Riau Pos tetap fokus pada penerapan konvergensi untuk menghadapi masa depan media yang penuh tantangan dan perubahan.

Diakui bahwa tantangan terbesar adalah pesatnya perkembangan media sosial yang mendapatkan perhatian besar masyarakat. Untuk tetap eksis, Riau Pos harus bertransformasi dan mengadopsi konsep mediamorfosis. Bagaimana media cetak dapat bersaing dengan media sosial menjadi pertanyaan yang terus dihadapi.

Ide mediamorfosis dan konsep tersebut kemudian diadopsi, terutama dengan tagline "Go Digital." Artinya, media cetak seperti Riau Pos tetap mempertahankan koran sebagai inti bisnisnya, tetapi juga mengandalkan media digital sebagai penguat. Transformasi ini bukan sekadar keberadaan online yang bersifat tambahan, melainkan menjadi kebutuhan mutlak. Pertemuan digital media itu menunjukkan semua media besar di dunia sedang berkolaborasi dengan digital. Digital bukan saja diartikan media online.

“Kolaborasi yang pas antara koran dan digital akan menciptakan dunia baru informasi. Selama menjalankan media print, Riau Pos sudah terbiasa melaksanakan

tugas jurnalistik secara benar dan patuh pada kode etik jurnalistik. Dan kunci utama verifikasi. Di digital, kami akan berupaya keras untuk konsisten untuk melakukan hal yang sama. Digital sudah diserang virus berbahaya bernama hoaks. Digital Riau Pos memproteksi diri untuk tidak terjankit. Publik akan disuguhkan informasi yang cepat, tapi benar. Tidak palsu.” (M Hapiz. Riau Pos, 17 Januari 2019).

Isyarat Go Digital oleh Riau Pos juga berarti menginformasikan kepada mitra kerja yang mempercayakan mempromosikan perusahaan atau produknya melalui Riau Pos. Berpromosi berarti membantu memasarkan dan membesarkan. Dan dengan model kolaborasi koran dan digital ini akan memberikan pilihan untuk berpromosi dengan saran terbaik dari Riau Pos. Transformasi ini mencerminkan kesinambungan perubahan media yang dihadapi oleh industri. Dari media cetak yang dominan, kini media digital menjadi peran utama, dengan kebutuhan untuk menyediakan konten lintas platform. Meskipun ada hambatan seperti pandemi, perusahaan tetap berkomitmen untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan tren teknologi. Pada pencanangan ini pula Riau Pos mendeklarasikan semua kanal informasi yang dimiliki.

“Jadi media itu semuanya. Menjadikan berita dari berbagai macam platform.” (Firman,2023)

Berikut bagan relasi dan pemecahan Surat Kabar Riau Pos dan konvergensi yang dilakukan dalam ranah digital.

Implementasi transformasi digital riau pos

Implementasi konvergensi media dan transformasi digital telah mengubah kebiasaan dan proses kerja dalam industri media. Dulu, rutinitas harian melibatkan kegiatan seperti meliput peristiwa di pagi hari, kemudian mengetik berita untuk cetakan di siang dan sore hari. Namun, dengan adopsi konvergensi media, proses ini menjadi lebih dinamis dan responsif terhadap peristiwa yang terjadi kapan pun.

Sebagai bagian dari konvergensi, setiap hari Riau Pos memberikan perhatian khusus untuk memastikan tampilan yang menarik bagi pembaca, terutama di platform digital. Hal ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya estetika dan pengalaman pengguna dalam era digital, di mana daya tarik visual memegang peranan penting dalam menarik perhatian pembaca yang semakin terbiasa dengan konten visual yang kaya. Tidak hanya berfokus pada aspek visual, Riau Pos juga menjelaskan bahwa mereka secara cermat memantau perkembangan di dunia maya dan mengakomodasi kontennya sesuai dengan kebutuhan pembaca di era digital. Upaya ini dilakukan untuk memastikan bahwa Riau Pos tetap relevan dan tidak ketinggalan dalam menyajikan berita yang sesuai dengan kecenderungan pembaca di platform daring.

Dengan demikian, langkah-langkah ini menunjukkan komitmen Riau Pos dalam menghadapi tantangan konvergensi media dengan cara yang proaktif dan berorientasi pada kepuasan pembaca. Kesadaran akan pentingnya tidak hanya menyediakan konten yang substansial tetapi juga memperhatikan presentasi visual dan kebutuhan pembaca di era digital menjadi kunci dalam menjaga daya saing media tersebut.

“Sebelum era konvergensi, fokus utama adalah memastikan bahwa halaman utama Riau Pos memiliki daya tarik visual yang kuat. Dalam proses transformasi digital, perhatian khusus diberikan untuk memastikan bahwa tampilan yang menarik dapat diintegrasikan dengan baik ke dalam platform digital. Dengan

demikian, konvergensi tidak hanya mencakup transformasi konten, tetapi juga memperhatikan aspek perwajahan dan daya tarik visual untuk memenuhi kebutuhan pembaca di dunia maya,” (Abdul Gafur 2023)

Pentingnya memisahkan antara berita online dan cetak memberikan kejelasan dalam peran masing-masing platform. Online membahas peristiwa dengan cepat, sementara cetak menyajikan analisis dan konteks lebih menyeluruh. Ini menciptakan sinergi antara kecepatan informasi dan kedalaman pemahaman, memberikan nilai tambah kepada pembaca yang memiliki preferensi dan kebutuhan berbeda. Dalam konteks ini, Riau Pos tetap berada di garis depan, menggabungkan inovasi digital dengan keunggulan konvensional dalam penyampaian informasi yang bermutu.

“Memang karena kita menerapkan konvergensi media dan transformasi digital, berubah habitnya. Jika selama ini pagi liputan, siang dan sore ngetik berita untuk dicetak. Sekarang bertambah, kalau ada kejadian pagi dinuat langsung beritanya, video direkam langsung diolah dan dinaikkan. Kemudian nanti koran untuk edisi cetaknya dibuat lebih mendalam dan lengkap dari berbagai sisi. Jadi reporter Tidak hanya meliput dan memberitakan, tapi menggali lebih mendalam. Lebih lengkap sehingga ada konten yang berbeda antara berita yang naik di online dan cetak.” (Firman 2023)

Transformasi digital di Riau Pos mengharuskan wartawan untuk tidak hanya mengandalkan teks tulisan, melainkan juga terlibat dalam pengiriman konten video untuk sosial media Riau Pos. Ini menciptakan tuntutan baru bagi wartawan untuk memiliki keterampilan multi-platform dan berkontribusi dalam berbagai jenis konten, tidak hanya tulisan tetapi juga video. Dengan demikian, transformasi digital di Riau Pos memperluas peran wartawan dalam menciptakan dan menyajikan berita melalui berbagai media, menjadikan mereka lebih responsif terhadap dinamika dan perkembangan media modern.

“Awalnya selalu diingatkan, tapi lama kelamaan sudah terbiasa. Setiap ada peristiwa wajib mengambil video dan foto, lalu diwajibkan membuat berita onlie minimal straight news saja. Kemudian untuk di Koran cetak didalami lagi. Nanti untuk cetak dilengkapi lagi. Memang pekerjaan menjadi lebih banyak. Kalau biasa setiap hari dibebankan lima aberita, sekarang mau tidak mau jadi bertambah,” (Afiat Ananda.2023)

Dalam menjalankan operasionalnya, Riau Pos melakukan evaluasi rutin terhadap pola kerja yang diimplementasikan di berbagai tingkatan pekerjaan. Setiap tingkatan pekerjaan memiliki pola evaluasi tersendiri, yang bertujuan untuk mengukur hasil kerja yang telah dicapai dan membahas proyeksi yang akan dikerjakan ke depan.

Langkah untuk memperkenalkan program digital bertujuan untuk tetap mempertahankan kontribusi generasi muda dan menjaga keberlanjutan branding Riau Pos. Meskipun perkembangan digital tidak secara langsung mempengaruhi omset koran cetak, ternyata malah memberikan keuntungan. Melalui platform digital seperti Instagram, YouTube, dan Twitter, Riau Pos dapat mencapai target audiens yang lebih luas, terutama di kalangan anak-anak muda yang mungkin tidak memiliki kebiasaan membaca koran cetak.

Dampak Ekonomi Transformasi Digital Riau Pos

Pada dasarnya, pergeseran tren pemasangan iklan dari media cetak ke media digital menjadi fenomena menarik yang memunculkan perubahan dalam peta pendapatan. Jika cetak pendapatan menurun tiap tahun secara omset, hal ini dapat dipahami sebagai dampak dari kebiasaan pasang iklan yang berubah seiring waktu. Namun, menariknya, di ranah digital, kita menyaksikan kenaikan yang terus menerus, meskipun tidak selalu signifikan. Kenaikan ini tampaknya bersifat bertahap, tetapi tetap menunjukkan adanya pertumbuhan.

Tantangan utama yang dihadapi adalah dominasi media besar, terutama dalam penguasaan iklan online. Sebagai contoh, jika kita melihat proporsi penguasaan iklan, 60 persen masih dikuasai oleh TV, cetak hanya mencapai 5 sampai 10 persen, sementara sisanya 30 persen online dipegang oleh 10 media nasional. Ini menciptakan kecenderungan bahwa 80 persen iklan online diperebutkan oleh pemain besar, meninggalkan sebagian kecil untuk media lokal di daerah.

Dalam perkembangannya, tampaknya ada perubahan paradigma. Google, sebagai salah satu pemain besar dalam ruang digital, mulai mengarahkan perhatiannya ke konten spesifik di daerah. Hal ini memberikan peluang bagi media lokal, termasuk Riau Pos, untuk mendapatkan pemasukan dari iklan digital, terutama melalui platform Google yang mencari konten lokal.

Transformasi menuju digital telah membawa pertumbuhan dalam pendapatan online Riau Pos, meskipun cetak tetap menjadi pilar utama. Strategi fokus pada konten lokal dan kolaborasi antara platform online dan cetak menjadi kunci keberhasilan dalam menjaga stabilitas pendapatan dalam kondisi yang dinamis, seperti yang telah dihadapi selama pandemi COVID-19.

“Sejak pandemi COVID-19 kemarin, kondisi pengiklan malah cenderung ke online dahulu. Jadi habit pasang iklan juga sudah mulai berubah. Maka itu yang dibilang sampai saat ini soal pendapatan online dan cetak ini tidak saling menyaingi, tapi saling support,” (Firman.2023)

Perhatian masyarakat yang semakin besar terhadap media sosial telah mengubah lanskap media secara signifikan. Dalam menghadapi tren ini, semua media kini berupaya untuk terlibat dengan pemirsa melalui platform media sosial. Hal ini diakui sebagai suatu keharusan, karena dinamika media sosial tidak dapat diabaikan. Oleh karena itu, untuk mempertahankan relevansi, pihak-pihak terlibat dalam media harus beradaptasi dan memasuki ranah media sosial.

Dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, kunci kesuksesan bagi media adalah kemampuan untuk bertransformasi, berinovasi, dan memahami perubahan dalam perilaku konsumen. Hanya dengan demikian, media dapat memposisikan diri sebagai pemain utama dalam menghadapi tantangan dan peluang yang dihadirkan oleh dunia media yang terus berubah.

“Dulu ada koran, lalu muncul radio, muncul televisi. Orang bilang radio akan mati, ternyata kan tidak radio tetap hidup. Kenapa bisa hidup. Cara mendapatkan berbeda. Dulu mendengar radio dengan radio kecil, sekarang dengan evolusi canggih radio bisa didengar lewat smartphone. Dengan begitu tetap akan didengar. Mungkin kedepan nya akan begitu juga media cetak. Dibilang senjakala iya, Cuma masih akan ada nantinya satu atau dua media cetak yang tetap eksis. Contoh kita lihat media di Cina. Shouth China Morning Post korannya masih ada, tapi konten digitalnya luar biasa. Jadi tergantung bagaimana orang-orang

medianya bertransformasi, bermediamorfosis. Kalau masih midnset lama akan tergilas. Ketika pembaca koran meninggal semua, yang tinggal adalah pengguna medsos, kalau tidak kita bangun dari sekarang akan tertinggal. Makanya kita bangun itu. Untuk membuat rekam jejak digital di dalam pikiran mereka. Ada namanya Riau Pos Media,” (Firman.2023)

Dalam menakhodai newsroom Riau Pos sistem satu pemred dapat mengepalai baik redaksi cetak maupun digital secara maksimal, jawabannya mungkin belum sepenuhnya optimal dalam hasilnya, tetapi secara keseluruhan dapat dianggap sebagai pendekatan yang efektif dalam memaksimalkan kerja redaksi. Terdapat sejumlah pertimbangan yang mendasari pemilihan satu Pemred untuk mengelola kedua platform ini.

Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah terkait dengan kekurangan sumber daya manusia (man power). Tidak semua anggota tim yang sebelumnya bekerja di lingkungan cetak dapat secara instan beradaptasi dengan kerja di platform digital. Oleh karena itu, perubahan ke arah integrasi antara cetak dan digital dilakukan secara bertahap. Proses ini dimulai dengan melibatkan reporter dan redaktur senior, yang kemudian berfungsi sebagai pelopor perubahan dalam hal adaptasi terhadap platform digital.

Perlu diakui bahwa peralihan ini tidak selalu berjalan mulus, dan ada tantangan terkait adaptasi dan pembentukan kebiasaan kerja baru. Pengelolaan dua platform yang berbeda memerlukan pemahaman mendalam tentang karakteristik dan kebutuhan masing-masing, serta kemampuan untuk berpikir strategis secara digital.

“Sementara belum mencapai hasil maksimal dalam segi output. Walau begitu pilihan satu Pemred untuk mengelola cetak dan digital mencerminkan komitmen kami melakukan perubahan yang berkelanjutan dan bertahap, sejalan dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen di dunia media,” (Firman.2023)

Selain itu, pekerjaan yang dilakukan sendiri tanpa dukungan tim dapat memberikan dampak negatif terhadap hasil akhir. Kolaborasi dan dukungan antaranggota tim seringkali memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas karya. Penting untuk diingat bahwa kesempurnaan mungkin tidak selalu dapat dicapai dalam setiap situasi, terutama ketika ada tekanan waktu dan volume pekerjaan yang tinggi. Oleh karena itu, manajemen waktu yang efisien, pemahaman terhadap prioritas, dan kemampuan untuk bekerja secara kolaboratif dapat membantu meningkatkan hasil karya meskipun dalam kondisi pekerjaan yang padat.

“Pasti kadang kurang maksimal. Karena semakin banyak penugasan akan keteteran. Kebanyakan tidak maksimal kalau sendiri. Selagi bisa dihandle ya dihandle. Kalau sudah tdiak bisa disampaikan ke lembaga liputan. Minta tolong dengan teman-teman lain minta bantu. Makanya koordinasi terus apa perkembangan dan kendala,” (Afiat Ananda 2023)

Penerapan transformasi digital surat kabar riau pos menggunakan model

Riau Pos tetap mengutamakan koran sebagai media utama, terutama dalam hal mencari pendapatan. Pengembangan digital dilakukan sebagai bentuk komitmen Riau Pos untuk tidak tertinggal di era disrupsi teknologi seperti sekarang ini. Dengan mengembangkan digital, Riau Pos memperkuat konten kroan dengan




menjangkau khalayak yang lebih banyak dengan jenis konten yang juga beragam bukan hanya Bahasa tulis di koran namun juga grafis dan multimedia dengan penerapan multiplatform. Melalui model mediaporfosis, penulis menganalisa tiga proses utama dalam penerapan transformasi digital Riau Pos, yakni:

Koevolusi

Koevolusi dalam prosesnya diterapkan lewat Kode kode komunikator, yakni Sifat sifat dasar media diwujudkan dan diteruskan melalui kode kode komunikator yang kita sebut bahasa. Bahasa, tanpa harus dibandingkan satu sama lain, telah menjadi agen perubahan yang paling berpengaruh dalam rangkaian evolusi manusia.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat dilakukan Analisa bahwa transformasi digital Riau Pos melalui proses koevolusi, yakni sifat dasar dari media lama, yakni mengandung Bahasa tulis dan bahasa tutur dalam koran cetak tetap dibawa pada media baru, yakni pada berita di website dan narasi pada konten multimedia Riau Pos digital.

Tabel 1. Koevolusi Riau Pos

KOEVOLUSI DI RIAU POS			
Jenis media	Surat kabar	Weebsite	Medsos
Informasi : Soal akses Jalan Sumbar-Riau via Pangkalan Koto Baru, Limapuluh Kota yang sebelumnya ditutup, Kembali dibuka Kamis (28/12/2023) sore pukul 17.58 WIB.			
Penjelasan	Pada Surat Kabar Riau pos yang terbit Jumat (29/12/2023) berita pembukaan Kembali jalan lintas Riau -Sumbar menggunakan baha tulis yang terbit di halaman 1.	Pada website Riau Pos di riauapos.co, berita dengan informasi dan gaya penyampaian yang sama (Bahasa tulis) terbit dengan sudut pandang	Pada medsos Instagram Riau Pos, informasi tentang pembukaan Kembali jalan lintas Riau – Sumbar terbit dalam bentuk infografis yang

		yang sama Jumat (29/12/2023) pagi.	menggunakan Bahasa tulis, terbit Kamis (28/12/2023) pukul 22.00 WIB,
--	--	------------------------------------	--

Dalam konteks koevolusi, “rasa” surat kabar cetak Riau Pos tetap dihadirkan melalui website dan media sosial, sifat media tulisnya tetap relevan dan dapat memiliki beberapa ciri khas yang berdampingan dengan teknologi digital. Melalui proses koevolusi, Informasi Riau Pos disampaikan melalui kata-kata tertulis. Meskipun dapat disertai dengan elemen multimedia seperti gambar, video, atau audio, teks tetap menjadi elemen utama dalam menyampaikan informasi.

Kemudian, Riau Pos mempertahankan gaya bahasa yang formal dan tegas meskipun kontennya disajikan melalui platform digital. Dalam berita dan konten yang dipublish juga di digital, meskipun Riau Pos mengejar kecepatan, kode etik jurnalistik yang mengharuskan berita melakukan cover bothside, akurat dan teliti wajib dipegang. Selain unsur koevolusi tersebut, dalam segi rubrik yang ada di koran cetak, pada website Riau Pos, rubrik-rubrik yang ada juga tetap dipertahankan.


Konvergensi

Konvergensi selalu dipahami sebagai esensi atau inti dari proses mediamorfosis dalam menerapkan transformasi digital. konvergensi media adalah proses dimana berbagai teknologi yang baru digabungkan dengan media media yang telah ada dan berbagai industri komunikasi serta budaya yang berkembang. Riau Pos sebagai sebuah perusahaan media juga menjadikan konvergensi sebagai roh dari transformasi yang dilakukan. Konvergensi dalam konteks transformasi digital surat kabar Riau Pos mengacu pada penyatuan dan integrasi berbagai platform media yang berbeda untuk menciptakan pengalaman pembaca yang lebih menyeluruh dan terhubung. Dari hasil penelitian yang didapati peneliti dapat dianalisa beberapa aspek konvergensi yang diterapkan dalam transformasi digital Riau Pos:

Multipatform Publishing, Integrasi Konten, Pemanfaatan Multimedia, Penggunaan Teknologi Interaktif, Analisis Data dan Personalisasi.

Table 2. Konvergensi Konten Multipatform Riau Pos

Konvergensi Konten Multipatform Riau Pos		
Koran Riau Pos		Laporan Headline koran Riau Pos, Senin (25/12/2023) tentang ujicoba jalan tol Peaknbaru-XIII Koto Kampar menerapkan konvergensi multipatform dengan integrasi konten. Dimana Laporan tersebut juga

		dikoneksikan langsung ke media sosial Riau Pos menggunakan QR Code.
Youtube Dan Instagram Riau Pos		Youtube Riau Pos yang menampilkan laporan tentang ujicoba jalan tol Pekanbaru-XIII Koto Kampar. Laporan ini contoh penerapan multimedia dengan gambar video dan usara yang terkoneksi laporannya dengan Koran Riau Pos. Selain Youttube, laporan tersebut juga ditayangkan di Instagram Riau Pos

Sumber : *Olahan Penulis 2023*

Kompleksitas

Dalam prakteknya, kompleksitas dalam transformasi digital Riau Pos mungkin muncul dari perubahan kecil dalam kebiasaan konsumen, perkembangan teknologi, atau tren industri. Sebagai sistem yang mengalami "chaos" dalam arti positif, Riau Pos dapat melihat keadaan awal ini sebagai peluang untuk menginspirasi gagasan baru dan berinovasi.

Ketidakpastian dan variasi dalam transformasi digital seringkali memunculkan kesempatan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan membangun sistem yang lebih efisien. Dengan merangkul prinsip-prinsip teori chaos, Riau Pos dapat melihat perubahan sebagai proses yang tidak terhindarkan, dan dari sinilah ide-ide inovatif dapat bermula.

Dalam konteks ini, transformasi digital tidak hanya menjadi tanggapan terhadap kondisi chaos, tetapi juga menjadi katalisator yang memanfaatkan kekacauan untuk menciptakan sistem yang lebih baik. Riau Pos dapat memanfaatkan kondisi awal yang kompleks ini untuk melahirkan gagasan-gagasan baru, menciptakan dampak positif, dan membentuk masa depan media yang lebih dinamis.

Dari penelitian yang dilakukan didapati temuan beberapa kompleksitas yang dihadapi Riau Pos dalam penerapan transformasi digitalnya. Penulis membagi kompleksitas ini pada dua hal. Yakni, dalam hal posisinya sebagai media tradisional yang menghadapi disrupsi media dan kedua kompleksitas dalam menyiapkan infrastruktur untuk menerapkan transformasi digital itu sendiri.

Riau Pos sebagai media tradisional mendapatkan pukulan yang berat dari hadirnya media digital. Surat kabar, terutama dalam konteks transformasi digital, menghadapi sejumlah masalah yang dapat memengaruhi kelangsungan dan relevansinya. Masalah yang dihadapi Riau Pos yaitu **Penurunan Pembacaan Surat Kabar Cetak, Penurunan Pendapatan Iklan Cetak, Konkurensi dengan**

Media Online, Kesulitan Menarik Generasi Muda, Biaya Produksi dan Distribusi Cetak, Ketidakpastian Masa Depan Bisnis Cetak, Kredibilitas dan Kepercayaan, Tantangan Monetisasi Digital, Perubahan Algoritma dan Dampaknya, Isu Etika dan Privasi.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang penulis kemukakan mengenai Strategi Riau Pos Dalam Menyiapkan Transformasi Digital Menghadapi Persaingan Global, penerapan transformasi digital dilakukan dalam beberapa tahap dan memakan waktu hingga bertahun-tahun. Riau Pos menerapkan transformasi di berbagai bidang mulai dari manajemen hingga produk akhir dalam bentuk berita koran dan konten digital.

1. Transformasi digital Riau Pos adalah perubahan yang diterapkan seiring dengan korporasi induk, yakni Jawa Pos Group. Model transformasi yang diterapkan adalah model mediamorfosis yang juga diadopsi dari penerapan di Jawa Pos sejak tahun 2015.
2. Model mediamorfosis yang diterapkan Riau Pos dalam transformasi digitalnya menitik beratkan bahwa kehadiran Riau Pos pada tataran digital adalah keniscayaan yang tak dapat ditolak atau dihindari. Namun, penerapan model mediamorfosis yang dilakukan bukan berarti meninggalkan eksistensi koran sebagai media utama dan media tradisional yang dimiliki Riau Pos. Penerapan model mediamorfosis yang dilakukan menyelaraskan kehadiran produk digital untuk memperkuat koran.

DAFTAR PUSTAKA

- Septiawan, Santana. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Straubhaar, J; Larose, Robert, & Davenport, Lucinda. 2018. *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. 6th Ed. USA: Cengage Learning.
- Nurdin, Ali, dkk, 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press.
- Riswandi, 2009. *Ilmu komunikasi*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Wiryanan, Hari. 2007. *Dasar -Dasar Hukum Media*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Nurudin, 2009. *Jurnalisme Masa Kini*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dennis Mc.Quail, 2011. *Teori Komunikasi Massa edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- David, Fred R. 2011. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bambang, Hariadi. 2005. *Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayumedia Publishing.
- Salusu. 2006. *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: Grasindo.
- Noor, F. H. 2010. *Ekonomi Media*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture; Where Old and New Media Collide*. New York: New York University.
- Flew, Terry. 2014 *New Media*. 4th ed. Melbourne: Oxford University Press.
- Mulyana, D. 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

- Effendy, Onong Uchjana, 2001. *Media Cetak: Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju.
- Bogdan R dan J. Taylor S. 1993. *Kualitatif (Dasar-dasar Penelitian)*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Nasution. 2012. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana.
- Rosady, Ruslan. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yin, Robert K. 1997. *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Bungin & Burhan. 2008. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Riswandi, 2009. *Ilmu komunikasi*. Jakarta : Graha Ilmu
- Jurnal dan Publikasi Elektronik :**
- Fuady, M. E. 2002. *Surat Kabar Digital sebagai Media Konvergensi di Era Digital. Mediator* 3, no. 1 (2002): h. 55-61. Bandung: ejournal.Unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/748/416 . (Diakses 10 Oktober 2022).
- Taslim, E dan Subagyo, H. 2011. *Makalah disajikan dalam Sosialisasi Kompas MMM*. Jakarta Diklat Kompas.
- Prihartono, Anton Wahyu. 2016. *Surat Kabar dan Konvergensi Media : Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos*. Channel 4, no. 1 (April 2016): h. 105-116. <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL/article/view/4210/2317> (Diakses 10 Oktober 2022)
- Detik.com. 2021. *Loper Koran di Ujung Senja*. Jakarta: <https://news.detik.com/x/detail/intermeso/20210701/Loper-Koran-di-Ujung-Senja/> 1 Juli 2021. (Diakses 10 Oktober 2022)
- Nielsen.com. 2017. *Media Cetak Mampu Mempertahankan Posisinya*. Jakarta. <https://www.nielsen.com/id/news-center/2017/media-cetak-mampu-mempertahankan-posisinya/> Desember 2017. (Diakses 10 Oktober 2022).
- Hootsuite. 2022. *(We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. Jakarta. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> 15 Februari 2022. (Diakses 10 Oktober 2022).
- Bisnis.com. 2022. *Belanja Iklan Semester I/2022 Tembus Rp135 Triliun, TV Mendominasi*. Jakarta. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220811/12/1565757/belanja-iklan-semester-i2022-tembus-rp135-triliun-tv-mendominasi>. 11 Agustus 2022. (Diakses 10 Oktober 2022)