

ANALISIS PERUMUSAN STRATEGI KOMUNIKASI *RADAR JEMBER DIGITAL*

Monalisa Alfitri¹, Aditya Ali²
Universitas Telkom Bandung^{1,2}
monalisaaf@student.telkomuniversity.ac.id¹

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui perumusan strategi komunikasi media *Radar Jember Digital* dalam mengenal khalayak. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini bahwa strategi yang dilakukan *Radar Jember Digital* ketika memperoleh bahan informasi melalui riset mengenai isu maupun fenomena yang sedang hangat diperbincangkan, informasi dari *website*, namun tak jarang juga bahan informasi tersebut diambil dari lapangan secara langsung. Lalu informasi tersebut disusun dan disesuaikan dengan jenis informasi yang disampaikan, baik berita tersebut berjenis *straight news*, *depth news*, *interpretative news* maupun *feature*, untuk postingan berita yang diunggah pada *Youtube Radar Jember Digital* memiliki pola penulisan mengacu pada rumus 5W+1H sama dengan penulisan berita untuk media pada umumnya yang sesuai dengan kaidah jurnalistik. Simpulan penelitian yaitu *Radar Jember Digital* memiliki audiens yang mayoritas adalah warga asli Jember. Sehingga dalam hal ini *Radar Jember Digital* lebih banyak menyajikan informasi atau berita seputar warga Jember dan wilayah sekitarnya.

Kata Kunci : Media sosial, Strategi Komunikasi, *Youtube*.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the formulation of the Radar Jember Digital media communication strategy in knowing the audience. This study used a descriptive qualitative method. The results of this study are that the strategy used by Radar Jember Digital is to obtain information material through research on issues and phenomena that are currently being discussed, information from the website, but not infrequently the information material is taken directly from the field. Then the information is compiled and adapted to the type of information conveyed, whether the news is of the type of straight news, depth news, interpretive news, or features, for news posts uploaded to Youtube Radar Jember Digital, the writing pattern refers to the 5W + 1H formula, the same as news writing. for the media in general in accordance with journalistic rules. The conclusion of the research is that Radar Jember Digital has an audience where the majority are native Jember residents. So, in this case Radar Jember Digital provides more information or news about Jember residents and the surrounding area.

Keywords: *Communication Strategy, Media Social, Youtube*

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya teknologi dan rendahnya tingkat konsumtif masyarakat terhadap media cetak serta persaingan dalam memberikan informasi kepada pelanggan serta khalayak sebagai media informasi semakin ketat, media harus bertahan di tengah perkembangan zaman maka Radar Jember juga harus mengikuti kemauan pasar dan beralih ke dunia bisnis berbasis digital pada tahun 2017 dengan menghadirkan Radarjember.id yang menyediakan beragam fitur daring dalam format multimedia seperti Teks, Foto dan Video. Adanya radarjember.id dalam menyebarkan informasi secara digital, masyarakat dapat mengetahui informasi secara langsung dan terbaru hal ini juga akan memudahkan para pelanggan yang akan memperluas bisnisnya melalui iklan di Radar Jember secara *Online*.

Radar Jember selaku media yang membutuhkan audiens atau khalayak demi keberlangsungan perusahaannya mempunyai kewajiban untuk memberikan dan menyediakan sarana media informasi untuk masyarakat dan masyarakat pun memiliki kewajiban untuk tahu mengenai informasi yang terjadi. Media digital yang digunakan oleh Radar Jember berupa *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Youtube* dan *Website*. Jenis postingan yang diunggah di setiap media sosial ada yang berbeda dan ada yang sama seperti unggahan video, foto, poster, infografis dan artikel berita terkini yang berbeda pada *Youtube* karena menggunakan fitur video maka dari itu Radar Jember memanfaatkan dan mengelola lima macam media sosial sebagai media digital instansi mereka. Persebaran berita informasi sangat penting bagi masyarakat, namun karena saat ini semua serba *Online* banyak yang mulai

meninggalkan penggunaan media cetak sebagai media informasi dan beralih menggunakan media digital. Berdasarkan hasil observasi peneliti, Radar Jember menggunakan *Youtube* dengan *subscriber* sebanyak 21,2 ribu *subscriber* lebih banyak di bandingkan oleh Radar region Jawa Timur di bawah naungan Jawa Pos menjadikannya sebagai salah satu pusat media informasi paling terkini di regional Jawa Timur area Besuki. Bahkan Radar Surabaya yang memiliki 15,7 ribu subs terbilang sudah tidak aktif sejak tujuh bulan yang lalu, sedangkan untuk Radar Malang dengan subs sebanyak 8,22 ribu aktif mengunggah video *reels* di *Youtube*.

Perubahan kebiasaan konsumen menggunakan konektivitas internet untuk mengkonsumsi media baru dan meninggalkan media tradisional, cepat atau lambat hal ini menjadi ancaman bagi keberlangsungan media cetak. Dikarenakan masalah kebelakangan teknologi informasi di beberapa daerah, media *Online* tidak dapat diakses oleh semua orang dengan keterbatasan konektivitas internet, yang menyebabkan media cetak melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan media *Online*.

Resmadi dan Yuliar (2014) menunjukkan bahwa konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa dengan banyak faktor teknologi. Keberadaan internet mendorong media massa untuk menerapkan konsep konvergensi media seperti media *Online*, *e-paper*, *e-book*, radio *streaming* dan media sosial. Semakin berkembangnya zaman semakin cepat pula revolusi teknologi terjadi, ini terjadi karena adanya perubahan secara cepat dan lahirnya media informasi baru sehingga membuat kita secara tidak sadar mulai beralih dari media tradisional atau

konvensional menjadi media seribu digital. Perubahan media, sebagai fenomena penggabungan atau penggabungan berbagai bentuk media secara digital, merevolusi dunia jurnalisme.

Seperti yang ditunjukkan Anton Wahyu Prihartono, maestro media global Rupert Murdoch (pemilik News Corporations) telah berulang kali memperingatkan ancaman yang dihadapi industri surat kabar sejak awal 2000-an. Era surat kabar cetak akan berakhir dalam dua dekade mendatang dengan munculnya Internet yang menghasilkan berita digital, yang banyak pembaca mengandalkan komputer dan *smartphone* mereka. Apriadi Tamburaka memberikan pendapat yang dikutip dari Media Literacy, Kontan adalah media massa pertama di Indonesia yang menerapkan surat kabar *Online* dalam format *e-paper* digital dan pelopor *e-paper* dalam edisi 2 Juli 2008. Koran lain seperti Kompas, Tempo, Republika, Jawa Pos dan Media Indonesia menyusul.

Radar Jember mengubah lanskap media digital pada tahun 2015, mengubah konsep penyampaian berita lokal dan mengunggah *e-paper* dan video berita berbasis konten *Youtube*. Perkembangan teknologi yang terus menerus mengubah media tradisional dan menciptakan saluran media baru dengan platform yang lebih beragam. Pergeseran ke media tradisional merupakan fenomena baru, membawa perubahan baru pada persaingan antara media massa dan media, membuat waktu yang sebelumnya dihabiskan untuk menonton dan mendengarkan saluran media massa tradisional menjadi membaca dan menonton, mengubah budaya masyarakat yang menghabiskan waktu di media sosial atau internet.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. merupakan konseptual yang bertujuan untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah dan serta menganalisis suatu fenomena dan hasil wawancara untuk dapat memahami sebuah peristiwa maupun makna. penelitian ini penulis menggunakan paradigma post positivisme.—Karenanya dibutuhkan metode triangulasi untuk mengumpulkan sumber data dan informasi untuk dikelola. Peneliti menggunakan paradigma post positivisme karena ingin membangun pemahaman konteks strategi komunikasi Radar Jember dengan menggunakan *Youtube Channel*. Subjek dari penelitian ini adalah *Youtube Radar Jember*, Teknik yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi dan data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Tujuan Radar Jember dalam menyajikan informasi kepada khalayak melalui *Youtube Radar Jember Digital* adalah agar informasi tersebut dapat disampaikan dengan baik dan menarik perhatian audiens serta dapat menyajikan informasi yang aktual, sesuai fakta di lapangan dan informasi tersebut dapat dijangkau oleh seluruh audiensnya yaitu masyarakat Jember. Selain itu sebagai media informasi berbasis media *Online* yang berbentuk sebuah perusahaan, informasi yang disajikan pada akun *Youtube Radar Jember Digital* harus netral dan tanpa ada unsur memihak serta terikat dengan kode etik jurnalistik, maka dari itu dibutuhkannya penyusunan strategi

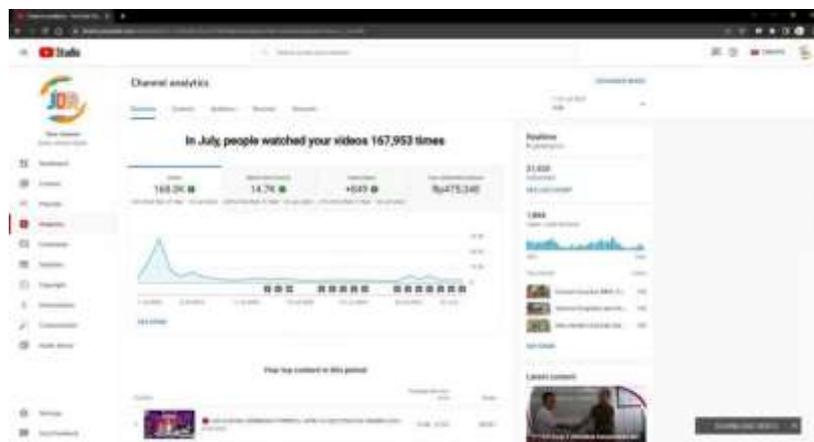
komunikasi yang matang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, peneliti dapat memaparkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radar Jember dalam proses penyajian informasi melalui akun Youtube *Radar Jember Digital* dengan landasan perumusan Strategi Komunikasi Anwar Arifin (2008) yaitu melalui empat langkah yang harus dilakukan, diantaranya mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, dan seleksi penggunaan media.

Mengenal Khalayak

Khalayak merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator (Cangara, 2008). Komunikator disini adalah *Radar Jember Digital* yang menyajikan informasinya melalui *Youtube*, khalayak atau audiens dari perusahaan ini adalah para pembaca atau penerima informasi yang disajikan oleh perusahaan tersebut, karena dalam mengenal khalayak, *Radar Jember Digital* mencoba memahami bagaimana karakteristik audiensnya di ruang internet terkhusus media sosial. Dimana dewasa ini khalayak lebih senang dengan segala sesuatu yang sifatnya instan sehingga dalam akses informasi atau berita pun khalayak

akan memilih untuk disuguhi daripada mencari tahu sendiri. Dengan begitu, *Radar Jember Digital* memiliki strategi untuk mengenal khalayak melalui perluasan jaringan media sosial agar bisa menyalurkan dan menyugahi informasi atau pemberitaan kepada seluruh audiensnya dari semua media sosial yang mereka gunakan. Hal ini sesuai dengan penjelasan Ivona Anggun Kusumawardani, *content creator* Radar Jember divisi digital selaku informan kunci yang mengelola konten media sosial *Radar Jember Digital* secara langsung. Keberhasilan *Radar Jember Digital* dalam mengenal khalayak melalui penyajian berita seputar wilayah Jember juga dapat dilihat dari banyaknya *viewers* atau audiens yang mengakses video *Youtube Radar Jember Digital*. Hingga bulan Juli 2022 *Radar Jember Digital* mampu mencapai 168.000 audiens yang berarti bahwa *Radar Jember Digital* telah mengenal khalayak dengan baik terkait apa saja berita yang sesuai dan dibutuhkan oleh mereka. Berikut merupakan *analytics* audiens *Youtube Radar Jember Digital* yang memperoleh ratusan ribu *viewers* dalam beberapa videonya.



Gambar 3.1 Analytics Audience *Youtube Radar Jember Digital*
(Sumber : Radar Jember Digital)

Menyusun Pesan

Setelah mengetahui kebutuhan khalayak dari proses mengenal khalayak maka selanjutnya adalah menentukan pesan yang ingin disampaikan. Pada tahapan ini *Radar Jember Digital* memperoleh informasi yang akan dibagikan, sehingga pada bagian ini peneliti menemukan jenis pesan yang disajikan di *Youtube Radar Jember Digital* dan proses perolehan informasinya. *Radar Jember Digital* merupakan salah satu media *Citizen journalism* atau jurnalis warga sehingga lebih banyak meliput dan menyajikan informasi seputar warga Jember dan daerahnya. Hal ini berarti

bahwa dalam menyusun pesan, *Radar Jember Digital* melibatkan kearifan lokal di dalamnya, baik bahasa daerah, wisata, kekayaan alam, makanan khas daerah, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan ciri khas daerah Jember. Menurut Slamet Warsono, informan ahli yang berpengalaman di bidang media dan jurnalistik, melibatkan kearifan lokal dalam suatu penyajian berita atau informasi oleh media adalah suatu keharusan.

Video *Youtube Radar Jember Digital* yang melibatkan kearifan lokal melalui penyajian informasi seputar tempat wisata di Jember dan makanan daerah khas Jember.



Gambar 3.2 Kearifan Lokal dalam Video *Youtube Radar Jember Digital*
(Sumber : Youtube Radar Jember Digital)

Menentukan Metode

Pada tahapan ini *Radar Jember Digital* mengolah informasi yang mereka peroleh dari tahapan sebelumnya. Terdapat dua strategi yang dilakukan, pertama yaitu metode penyampaian pesan. *Radar Jember Digital* dalam menyampaikan pesan menggunakan metode seperti informatif, repetition, persuasif, dan edukatif. Kedua terdapat metode penyusunan pesan yang memiliki dua strategi yaitu penyusunan struktur pesan dan melakukan editing media.

Penyusunan struktur pesan disesuaikan dengan jenis informasi yang ingin disampaikan, apapun jenis beritanya baik berita tersebut merupakan jenis *straight news*, *depth news*, *interpretative news* maupun *feature*, untuk postingan berita yang diunggah pada *Youtube Radar Jember Digital* memiliki pola penulisan struktur berita di media sosial secara teknis sama dengan penulisan berita untuk media di *website*, yakni mengacu pada rumus 5W+1H. Peneliti melakukan observasi mengenai penentuan metode yang digunakan *Radar Jember Digital*

dalam menyampaikan informasi melalui beberapa video di *Youtube*nya. Metode yang pertama yaitu menggunakan metode persuasif. Persuasif adalah salah satu jenis kalimat yang digunakan atau bertujuan meyakinkan, mengajak, merayu, atau membujuk audiens untuk

melakukan suatu perbuatan dan aktivitas seperti apa yang disampaikan. Berikut merupakan beberapa tangkapan layar video *Youtube Radar Jember Digital* yang dalam menyajikan informasinya menggunakan metode persuasif.



Gambar 3.3 Metode Persuasif *Radar Jember Digital*
(Sumber : Youtube Radar Jember Digital)

Selain itu, ada pula metode *repetition*. *Repetition* adalah mengulangi satu isu berkali-kali dalam sebuah berita. Di bawah ini tangkapan layar beberapa informasi mengenai JFC 2022 yang disajikan dengan metode *repetition* dimana terdapat video yang lebih dari satu di *Youtube*

Radar Jember Digital namun menayangkan isu atau informasi serupa terkait JFC 2022. Hal ini dilakukan guna menginformasikan kepada khalayak atau audiens apa saja kegiatan yang ada dalam JFC 2022 secara lengkap dari awal hingga akhir.



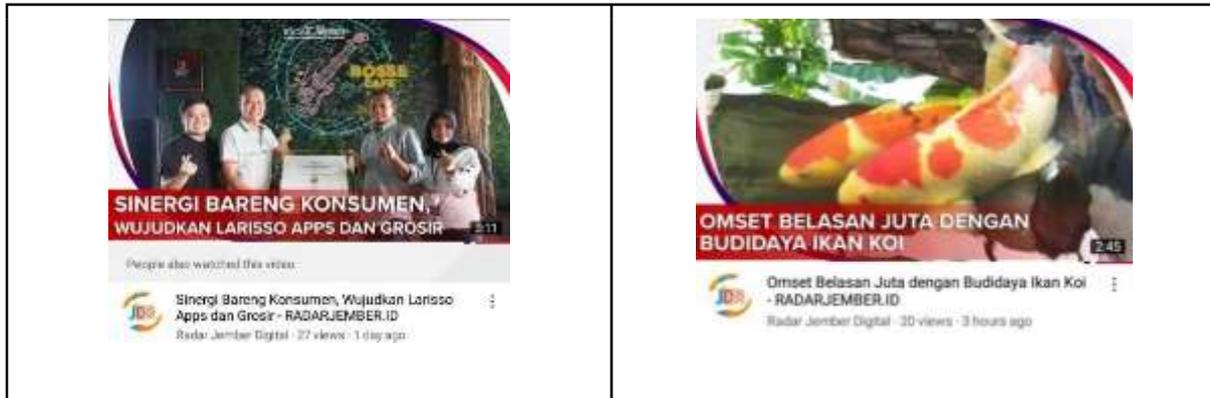
Gambar 3.4 Metode *Repetition Radar Jember Digital*
(Sumber : Youtube Radar Jember Digital)

Metode lain yang digunakan *Radar Jember Digital* yaitu metode informatif. Informatif adalah kalimat yang mengandung unsur informasi di dalamnya dan berguna bagi audiens. Di

bawah ini merupakan tangkapan layar video *Youtube Radar Jember Digital* yang menggunakan metode informatif. Pada video berjudul “Sinergi Bareng Konsumen, Wujudkan Larisso Apps

dan Grosir” berisikan informasi terkait salah satu *startup* yang sukses sehingga audiens bisa mengetahui apa dan bagaimana *startup* tersebut lengkap dengan pencapaiannya. Sementara pada video berjudul “Omset Belasan Juta

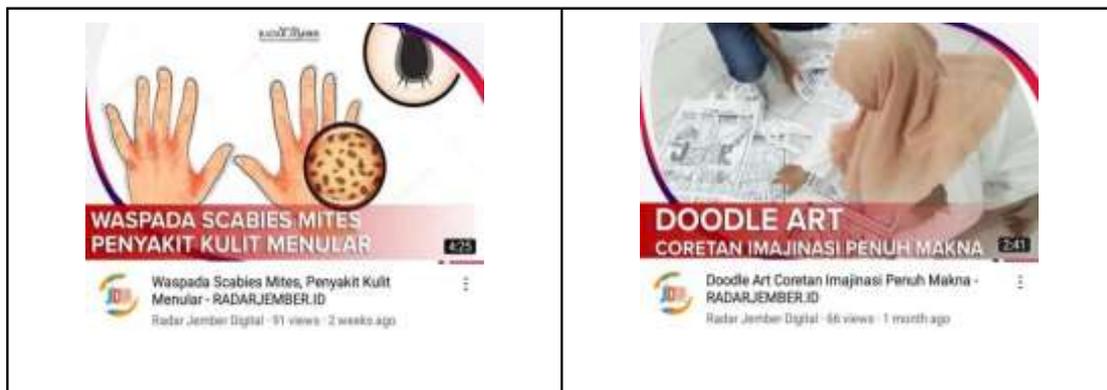
Dengan Budidaya Ikan Koi” berisi informasi terkait budidaya ikan koi yang mampu menghasilkan banyak keuntungan. Kedua informasi ini tentu sangat berguna bagi pengetahuan dan wawasan para audiens.



Gambar 3.5 Metode Informatif *Radar Jember Digital*
(Sumber : Youtube Radar Jember Digital)

Kemudian yang terakhir, metode yang digunakan *Radar Jember Digital* yaitu metode edukatif. Edukatif adalah suatu kegiatan yang bersifat mendidik, membina, memberikan latihan, dan pengajaran. Dalam metode edukatif ini

Radar Jember Digital seringkali menyajikan informasi atau berita seputar wabah penyakit dan karya seni inspiratif seperti pada tangkapan layar video di bawah ini.



Gambar 3.6 Metode Edukatif *Radar Jember Digital*
(Sumber : Youtube Radar Jember Digital)

Seleksi dan Penggunaan Media

Seleksi dan penggunaan media merupakan tahapan terakhir yang dilakukan Radar Jember dalam proses penyajian informasi melalui akun *Youtube Radar Jember Digital*, pada tahapan ini dilakukan proses

maksimalisasi penggunaan *Youtube* sebagai media penyajian informasi dan sebagai kanal pertama Radar Jember berkiprah di dunia digital. Ivona Anggun Kusumawardani menyatakan bahwa *Youtube* menjadi pilihan Radar Jember dibandingkan media sosial

lainnya karena *Youtube* merupakan *platform* yang paling dekat dengan masyarakat, dimana semua kalangan pasti menggunakan *Youtube* dalam kesehariannya. Ketepatan pemilihan *Youtube* sebagai media yang digunakan *Radar Jember Digital* untuk mendistribusikan informasi atau pemberitaannya juga diperkuat oleh pendapat Slamet Warsono, bahwa menurutnya *Youtube* merupakan media sosial yang paling banyak digunakan sehingga memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi kognisi atau *behaviour* audiens. *Radar Jember Digital* memiliki target pengunggahan video di *Youtube* dalam per hari. Penargetan ini dilakukan guna menyugahi audiens secara berkala setiap harinya terkait informasi-informasi dan lebih *up to date*. Per harinya *Radar Jember Digital* menargetkan 2 video untuk diunggah. Sehingga dalam seminggu *Radar Jember Digital* bisa mengunggah hingga 14 video berita.

Fitur yang digunakan *Radar Jember Digital* pada *platform Youtubena* yaitu *live streaming* atau siaran langsung penayangan acara-acara yang diselenggarakan di wilayah Jember. Misalnya seperti Porprov Jatim, DBL, festival, laju lalu lintas, dan lain sebagainya. *Live Streaming* ini biasanya lebih banyak menarik perhatian khalayak karena sifatnya yang *on air* dan bisa melakukan interaksi melalui kolom komentar secara langsung.

Radar Jember Digital di *platform Youtubena* mampu memperoleh *feedback* positif dari audiens atau khalayak. *Youtube* memiliki *tools* seperti *like*, *comment*, *subscribe*, dan *share* sehingga *tools* itulah yang memfasilitasi audiens untuk memberi *feedback* kepada *Radar Jember Digital* di setiap video unggahannya. Informasi atau pemberitaan yang banyak

mengundang *feedback* audiens ialah kasus kriminal dan seksualitas. Jika disajikan informasi sejenis itu, audiens aktif berkomentar saling bertukar opini. Selain itu juga, fitur *like* dan *share* menjadi *tools* yang juga banyak digunakan apabila informasi menarik dan perlu untuk disebarluaskan.

Pemilihan media *Youtube* dinilai efektif berdasarkan pengelolaan, proses, operasional, hingga *feedback* yang didapatkan sehingga sampai saat ini *Youtube Radar Jember Digital* menjadi *platform* unggulan *Radar Jember* dan terus mengencarkan eksistensinya di dunia digital agar mampu mengimbangi serta bersaing dengan media massa lain baik yang setara maupun yang lebih besar.

PEMBAHASAN

Mengenal Khalayak

Untuk melayani kebutuhan para pembaca (koran digital), media massa baik lokal maupun nasional harus dapat memanfaatkan dunia digital maupun internet. salah satunya *Radar Jember Digital*, harus mampu menghadapi tantangan perkembangan jaman dengan meningkatnya informasi media sosial. *Radar Jember Digital* harus mengetahui kebutuhan dan keinginan para pembaca. di jaman digital ini yaitu jaman percepatan informasi ini, para pembaca dapat memperoleh berita atau sumber informasi dari sosial media. karena perkembangan teknologi semakin maju kemudahan dalam mencari informasi dengan sendiri dapat di terima dengan cepat.

Informasi yang disediakan media *Radar Jember Digital*, berfokus pada wilayah lokal yaitu Jember saja. agar masyarakat Jember dapat membaca dan mendapat berita maupun informasi dengan cepat seputar wilayah Jember. *Radar Jember Digital* selalu meningkatkan kebutuhan dan sumber

daya manusia dengan kemampuan untuk dapat memahami dan mengoperasikan teknologi, media baru serta minat para pembaca. berita yang *Radar Jember Digital* sampaikan melalui internet dapat memiliki dampak positif dan negatif melalui adanya timbal balik dari pembaca. seperti media *Youtube*, para pembaca dapat mengirimkan komentar maupun pertanyaan kepada pihak *Radar Jember Digital*.

Menentukan Metode

Radar Jember Digital sudah berusaha menjangkau para pembaca dari berbagai kalangan dengan mempertahankan berita yang di usungnya sebagai sumber informasi utama untuk masyarakat Jember. *Radar Jember Digital* melalui *channel YouTube* adalah salah satu sarana yang dalam mengembangkan sektor bisnis, jurnalis maupun dunia usaha. Melalui *YouTube* informasi dapat dibutuhkan dengan menarik dan berkualitas, juga berupaya untuk mencari solusi bagi pembaca. dengan memaksimalkan fasilitas melalui media *Online* maupun media sosial, *Radar Jember Digital* dapat tetap berdiri di tengah banyaknya media baru. *Radar Jember Digital* fokus menampilkan berita yang berkualitas sebelum di siarkan melalui internet, sehingga dapat menyiarkan berita maupun informasi yang menarik untuk para pembaca.

Radar Jember juga bekerjasama dengan para usaha instansi swasta maupun pemerintah. sehingga dapat menggandeng para pihak pasar dalam melakukan pemberitaan. strategi lain juga dilakukan dengan memanfaatkan pencarian google. dengan mengartikan kata kunci yang paling sering para audien cari, *Radar Jember* dapat mengupayakan berita yang relevan sesuai dengan kata kunci yang di cari

para pembaca.

SIMPULAN

Dalam mengenal khalayak *Radar Jember Digital* banyak memiliki audiens yang mayoritas adalah warga asli Jember. Sehingga dalam hal ini *Radar Jember Digital* lebih banyak menyajikan informasi atau berita seputar warga Jember dan wilayah sekitarnya. *Radar Jember Digital* harus memperoleh informasi yang akan dibagikan terlebih dahulu, *Radar Jember Digital* memperoleh bahan informasi melalui riset mengenai isu maupun fenomena yang sedang hangat diperbincangkan, juga bermanfaat bagi khalayak untuk disajikan dalam bentuk informasi atau berita. Biasanya, *Radar Jember Digital* juga mengambil informasi dari *Website Radar Jember* dengan membuat versi visualnya melalui *Youtube*, namun tak jarang juga bahan informasi tersebut diambil dari lapangan secara langsung. Penyusunan struktur pesan *Radar Jember Digital* disesuaikan dengan jenis informasi yang disampaikan, baik berita tersebut berjenis *straight news*, *depth news*, *interpretative news* maupun *feature*, untuk postingan berita yang diunggah pada *Youtube Radar Jember Digital* memiliki pola penulisan mengacu pada rumus 5W+1H sama dengan penulisan berita untuk media pada umumnya yang sesuai dengan kaidah jurnalistik. Pada tahapan seleksi dan penggunaan media dilakukan proses maksimalisasi penggunaan *Youtube* sebagai media penyajian informasi dan sebagai kanal pertama *Radar Jember* berkiprah di dunia digital. *Youtube* menjadi pilihan *Radar Jember* dibandingkan media sosial lainnya karena *Youtube* merupakan *platform* yang paling dekat dengan masyarakat, dimana semua kalangan pasti

menggunakan *Youtube* dalam kesehariannya sehingga mudah dijangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. (2007). *Komunikasi dalam Teori dan Praktik*. Armico. Bandung
- Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Charles R. W. (1985). *Mass Communication: a Sociological Perspective*. Random House. New York
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Elizabeth, B., K & Copeland, S, R. (2011). What Is Literacy? The power of a Defenition, *Journal Research & Practice for Persons with Severe Disabilities*, 36 (3), 92-99.
[10.2511/027494811800824507](https://doi.org/10.2511/027494811800824507)
- Kulvisaechana, Somboon. (2001). The Role of Communication Strategies in Change Management Process: A Case Study of Consignia Brand and Business Status Introduction: Cambridge. *Journal Communication Spectrum*, 3(1)
http://www.bus.tu.ac.th/usr/sab/articles_pdf/mphil_thesis/mphil_full_final_web.pdf
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Simbiosia Rekatama Media. Bandung
- Nurhasanah, S., & Alkatri, J. (2019) Strategi Surat Kabar Radar Depok dalam Mengantisipasi Media *Online*. *Coverage: Journal of Strategic Communication*, 9(2), 43-51.
<https://doi.org/10.35814/coverage.v9i2.1126>
- Prihartono, W. A. (2016) Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos). *Chanel: Jurnal Komunikasi*. 4(1). 105-116.
<http://dx.doi.org/10.12928/chanel.v4i1.4210>
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*: PT. Remaja Rosda Karya Bandung
- Resmadi, I., Yuliar, s. (2014). Kajian Difusi Inovasi Konvergensi Media di Harian Pikiran Rakyat. *13(2)*. 110-118.
<https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2014.13.2.5>
- Sukmadinata, S. N. (2011). *Metod Penelitian Pendidikan*. PT. Remaja Rosda Karya Bandung
- Sumandiria, A. S. H. (2014). *Sosiologi Komunikasi Masa*. Simbiosia Rekatama Media. Bandung
- Susanto, A. B., & Wijanarko, H. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. PT Mizan Publika. Jakarta
- Tahir, M. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak media Massa*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Vera, N (2016). *Komunikasi Massa.: Ghalia Indonesia*. Bogor