

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Selvi, et al. (2024). *Inovasi Strategi Konten di Good News From Indonesia*. Tangerang. Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 13, No. 2.
- Anggito & Setiawan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bambang Dwiyanto, *Strategi Manajemen Media Massa untuk Bertahan di Tengah Era Digitalisasi Media (Studi Kasus Majalah Listrik Indonesia Periode 2021–2023)*, Universitas Mercu Buana, 2024.
- Barizki, Rezzi Nanda, et al. (2024). *STRATEGI KONTEN KREATIF DOTEENS DALAM MENINGKATKAN AUDIENCE ENGAGEMENT MELALUI INSTAGRAM*. Jakarta Selatan. KOMUNIKASITA57: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol. 5 (1).
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise*. MIT Press.
- Chyi, H.I., & Tenenboim, O. (2019). Rethinking The Relationship Beetwen Online and Print Newspaper: A Longitudinal Studi of US. Local Dailies. *Kournalism*, 20(8).
- Cornia, A., Sehl, A., & Nielsen, R.K. (2021). Pay Models for Online News in The US and Europe: Digital Strategies and Reader Revenues. Reuters Institute for The Study of Jurnalism.
- Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M.Si. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Hadi, Sofyan, dkk. (2021). EKSISTENSI MEDIA ONLINE MEDIAKITA.INFO MELALUI PENDAMPINGAN BERKELANJUTAN. Pacitan. PROSIDING: Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Abdimas Tahun 2021.
- Halvorson, K. (2009). *Content Strategy for the Web*. New Riders Press.
- Halvorson, K., & Rach, M. (2010). *Content strategy for the web*. New Riders Press.
- Ispriadi, Bella D.S, dkk. (2020). *Eksistensi Media Cetak pada Masa Pandemi Covid-19*. Jisip, 9 (2).
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press
- Kurniawan, Welli Braham, dkk., (2025). Analisis Penerapan Strategi Search Engine Optimization (SEO) pada Website www.pbc.ac.id. JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan) Vol 8 (1).
- Levy, Pierre. (2011). *Cyberculture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- McQuail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa* (Terjemahan: A. Rahman). Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, Matthew B. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. ARIZONA State University. Edisi 3.
- Moleong Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Napoli, P.M. (2019). *Media Economics and The Digital Transition: Theories and*

- Applications. Routledge.
- Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2007)
- Pulizzi, J. (2020). *Content Inc.: Start a Content-First Business, Build a Massive Audience, and Become Radically Successful (With Little to No Money)*. McGraw Hill.
- Purnamasari, Tirza Rema, dkk,. (2024). Analisis Konten Website CV. MyPangandaran dalam Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran. UPI. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, Vol 6 No 12.
- Quinn, S. & Filak, V.F. (2005). *Convergent Journalism: an Introduction*. Focal Press.
- Ricko, Ahmad Junaidi. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.
- Saputra, Ekky, dkk,. (2023). Peran Media Online SRIPOKU.COM dalam Mendukung Pemasaran Media Cetak Sriwijaya Post. Palembang. Tabayyun: Jurnal of Jurnalism, Nomor 3 (2).
- Saraswati, Dhealda Ainun, dkk. (2020). Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement. Yogyakarta. Biokultur, Volume 9, Number 2.
- Sholahuddin. (2013). *Strategi Pengembangan Produk di Industri Media Cetak di Indonesia (Bertahan di Tengah Persaingan dengan Media Online)*. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 9–17.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulaiman, M. (2004). *Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Syaodih, Nana. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung; Remaja Rosdakarya.
- Westlund, O., & Krumsvik, A.H. (2018). Media and Social Media Logic: The Digital Transformation of News Media Business Models. *Media, Culture, & Society*, 40 (5).
- Wijoyo, Luthfi Prawiro, dkk. (2024). Digitalisasi dan Eksistensi Media Cetak (Studi Kasus Majalah Maisona) Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia. Jakarta: Universitas Indonesia. JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan) (eISSN: 2614-8854) Volume 7, Nomor 4.
- Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269-293.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C.T., & Nielsen, R.K. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Picard, R. G. (2020). Twilight or Transformation? Media Economics and The Digital Transition. *Digital Journalism*, 8 (2).
- Pulizzi, J. (2020). *Content Inc.: Start a Content-First Business, Build a Massive Audience, and Become Radically Successful (With Little to No Money)*. McGraw Hill.
- Setiawan, Agus. (2023). *Ketika Media Cetak di Indonesia Terus Berguguran*. Antaranews. Dikutip pada tanggal 25 September 2024.

Setiawan, Iwan. (2020). *Media Cetak Dalam Menghadapi Era Teknologi Informasi*.
Binus University.