

Daftar Rujukan

- APJII. (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyedia Internet Indonesia.
- Ayu, I. W., Zulkarnaen, & Fitriyanto, S. (2022). Budaya Digital Dalam Transformasi Digital Menghadapi Era Society 5.0. *JPML*, 20-24.
- Dewan Pers. (2025, January Monday). *Dewan Pers*. Retrieved from Dewan Pers: <https://dewanpers.or.id/data>
- Digitionary, C. (n.d.). *Mainstream Media*. Retrieved from Cambridge Digitionary: <https://share.google/DgwICPkgwswjeGGcG>
- Fandy. (2020). *Sejarah Perkembangan Surat Kabar Periodisasi Perkembangannya*. Retrieved from Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/sejarah-perkembangan-surat-kabar/?srsltid=AfmBOopGetF26vv1j7xJFisy0x1OF1CknSuuy5EQTUQpWBFv4QSd8rF6>
- Hardani, & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1998). *Manufacturing Consent : The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Ichsan, M., Hasnah, R., & Faiz, M. (2024). Analisis Konvergensi Media: Studi Transformasi Dari Media Analog ke Media Digital. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(4), 19-30.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. Sage.
- Kumar, S., Nitin, A., & Merlyna, L. (2009). Mapping Socio-Cultural Dynamics in Indonesian Blogosphere. *3rd International Conference on Computational Cultural Dynamics*, 39-44.
- Lezietha, V., & Prawadika, A. (2021). Konvergensi Setengah Hati : Invasi Konten Media Sosial dalam Program Berita Televisi di TVOne. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 15-27.
- Lim, M. (2012). *The League of Thirteen Media Concentration in Indonesia*. Arizona: Jointly.
- M.Maps. (2021). *Mapping the media landscape in Serbia 2020-2021*. Serbia: CRTA.

- Malinda, F. (2024). Efek Media Terhadap Sosialisasi: Menjelajahi Peran Televisi dan Platform Media Baru. *Syntax Idea*, 6(3), 1255-1264.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 272-275.
- Mudjiyanto, B., & Dunan, A. (2020). Media Mainstream Jadi Rujukan Media Sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2007(1), 21-34.
- Newman, C. N., Flether, R., & Craig, T. (2024). Reuters Institute Digital News Report 2024. *Digital Report*, 140-150.
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2012). *Mapping the Lanscape of the Media Industry in Contemporary Indonesia*. Jakarta: Creative Commons.
- Prastika, Y. (2023). *Penggunaan Platform Digital SEbagai Media Informasi dan Promosi Sub Sektor Ekonomi Kreatif Keroncongantar di Pekanbaru*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Putra, F. F., & Damayati, L. P. (2021). *Ruang Publik Itu Media Komunitas*. Yogyakarta: Combine.
- Rofi'ah, A. (2024). *PERANAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN BERITA DI KOTA SALATIGA (STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM @infokabarsalatiga)*. Salatiga: Universitas Islam Negeri Salatiga.
- Santoso, T. S., & Witarti, D. I. (2020). KONVERGENSI DAN PERUBAHAN SOSIAL: INTERAKSI PENONTON ASIA GAMES 2018 PADA KANAL EMTEK. *Jurnal Penelitian Komunikasi*.
- Sugiyono, D. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Yogyakarta: Alvabeta Bandung.
- Suryawati, I., & Irawan, R. E. (2022). Trasformasi Media Cetak ke Platform Digital : Analisis Mediamorfosis HarianFajar ke Fajar .co.id. *Communication*, 16(1), 1-16.
- Syafief, S. (2024). Perspective. *Iseas*, 3-4.
- We Are Social, & Meltwater. (2024). *Digital 2024*. 1-192.