

LAPORAN AKHIR

HOMELESS MEDIA DI JAWA TIMUR: KONTESTASI MEDIA LOKAL DI RUANG SIBER



Ketua Peneliti:

Amrullah Ali Moebin, M.I.Kom

ID Peneliti: 20201727130417

Anggota: Agus Widodo, M.Si

ID Peneliti: 20201730090125

SAROTAMA PRASETYO PUTRI

126304202124

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SAYYID ALI RAHMATULLAH TULUNGAGUNG

TAHUN 2024

HALAMAN PENGESAHAN

a. Homeless Media di Jawa Timur: Kontestasi Media Lokal di Ruang Siber

b. Kategori : Komunikasi

Ketua tim Peneliti

Nama Lengkap dan Gelar : **Amrullah Ali Moebin, M.I.Kom**

Jenis kelamin : Laki-Laki

Pangkat/Gol dan NIP/NIDN : III-d/07040688003

Jabatan fungsional : Lektor

Program studi/jurusan/fakultas : KPI

Jumlah anggota peneliti : 2 Orang

Nama anggota peneliti I : Agus Widodo

Nama anggota peneliti II : Sarotama

Lokasi Pengabdian : Pasuruan dan Bojonegoro

Biaya : Rp 30.000.000

Tulungagung, 29 Oktober 2024

Mengetahui,

Mengetahui,

Kepala Pengusul



Amrullah Ali Moebin, M.I.Kom

Ketua LP2M,



Prof. Dr. Ngainun Naim, M.H.I

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Metode Penelitian.....	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Penelitian Terdahulu.....	6
B. Kajian Teori.....	6
BAB III RUANG LINGKUP DAN PRAKTIK HOMELESS MEDIA	17
A. Evolusioner dan Revolusioner Media	17
B. Definisi Homeless Media : Media Tanpa Website?	24
C. Ruang Lingkup Homeless Media	26
D. Etika pada Homeless Media	28
E. Peluang dan Tantangan Homeless Media.....	30
F. Masa Depan Homeless Media	32
G. Kontestasi Homeless Media dan Media Lokal di Ruang Siber Kredibilitas Informasi.....	35
BAB IV HOMELESS MEDIA DAN KONTESASI MEDIA LOKAL	40
A. Media Lokal Wartabromo TV	40
B. Media blokBojonegoroTV	43
C. Kontestasi Kredibilitas Informasi Homeless Media dan Media Lokal ...	47
D. Media Lokal dan Homeless Media Berebut Pengaruh Publik.....	55
BAB V KONTESASI MEDIA LOKAL DENGAN HOMELESS MEDIA	58
A. Kompetisi dan Kerjasama Media Lokal dan Homeless Media	58
B. Manajemen Media Lokal dan Homeless Media.....	61
C. Transformasi Media Lokal Di Tengah Homeless Media	64
BAB VI KESIMPULAN	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penyebaran informasi tidak lagi dilakukan secara konvensional, namun saat ini, media jaringan internet menjadi sarana utama untuk menyebarkan informasi. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan terdapat data menarik tentang pengguna internet di Indonesia. Pada tahun 2023, penetrasi internet meningkat sebesar 78,19 persen dari tahun sebelumnya, menunjukkan bahwa sebanyak 215.626.156 orang di Indonesia telah terhubung ke internet. Mayoritas penduduk Indonesia sangat membutuhkan akses internet. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan internet semakin dominan dalam penyebaran informasi. Saat ini, terdapat banyak sumber informasi yang tersedia di internet. Media massa berbasis web dan media sosial menjadi pilihan utama sebagai sumber informasi, menghasilkan lalu lintas data yang sangat besar. (APJII, 2023)

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat global, terutama dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih. Setiap tahunnya menunjukkan adanya perkembangan signifikan dalam ekosistem media sosial, dengan adanya inovasi dan transformasi yang memengaruhi cara orang berinteraksi dan berbagi informasi. Pertama-tama, platform media sosial utama seperti Facebook, Instagram, dan X, terus mengalami pertumbuhan pengguna yang pesat. Berbagai perubahan antarmuka, fitur baru, dan peningkatan dalam algoritma pemilihan konten telah mengoptimalkan pengalaman pengguna, meningkatkan keterlibatan, dan mendukung monetisasi konten (Nasrullah, 2015).

Terdapat pula beberapa fenomena baru dalam penggunaan media sosial. Salah satu hal menarik adalah adanya popularitas platform media sosial yang lebih khusus, seperti Clubhouse, yang menawarkan ruang obrol audio untuk topik-topik tertentu dan TikTok dengan konsep video pendek yang inovatif dan kreatif. Fenomena baru ini menciptakan variasi ekosistem media sosial yang lebih beragam, memberikan pengguna opsi yang lebih luas sesuai minat dan preferensi mereka. (Gao et al., 2023).

Aspek keamanan dan privasi juga menjadi fokus utama, karena kekhawatiran masyarakat terhadap privasi data dan serangan siber semakin meningkat. Oleh karena itu, platform media sosial memperkuat keamanan pengguna dengan berbagai langkah baru seperti pengimplementasian enkripsi end-to-end, kontrol privasi yang lebih baik, dan mekanisme perlindungan terhadap konten berbahaya (Yel & Nasution, 2022). Tren berbagi konten augmented reality (AR) dan virtual reality (VR) semakin menjadi sorotan. Hal ini menciptakan peluang baru untuk pemasaran, pendidikan, dan hiburan, memperkaya cara orang berkomunikasi melalui media sosial (Yusup et al., 2023).

Selain itu, influencer marketing terus menjadi kekuatan besar dalam media sosial. Pengaruh dan keterlibatan influencer yang besar mendorong merek untuk bekerja sama dengan mereka dalam kampanye pemasaran. Kerjasama ini tidak hanya meningkatkan visibilitas merek, tetapi juga membangun koneksi lebih personal antara merek dan audiens melalui figur yang dihormati. Perkembangan dalam analisis data dan kecerdasan buatan (AI) juga telah memberikan dampak signifikan pada media sosial (Yusup et al., 2023). Platform media sosial menggunakan algoritma canggih untuk menganalisis perilaku pengguna, memprediksi tren, dan menyesuaikan konten yang ditampilkan berdasarkan preferensi individu. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna, tetapi juga memberikan peluang baru dalam mengelola kampanye pemasaran dan strategi konten.

Secara keseluruhan, perkembangan media sosial tahun 2023 mencerminkan evolusi yang terus menerus dalam cara kita berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk komunitas online. Transformasi ini tidak hanya memengaruhi aspek individu dan sosial, tetapi juga memberikan peluang dan tantangan baru dalam berbagai bidang kehidupan. Termasuk semakin populernya praktik Homeless Media. Kemunculan media sosial telah menjadi faktor penting dalam kebangkitan media “homeless”, yang menghadirkan prospek menarik bagi praktisi media yang ingin menghindari pengeluaran berlebihan. Kunci efisiensi media homeless ini, yang beroperasi pada platform

media sosial, adalah tidak adanya kebutuhan untuk mengelola situs web, domain, dan staf.

Praktik Homeless Media di Indonesia mulai banyak digandrungi, termasuk di Jawa Timur seperti yang mulai dipraktikan oleh Bojonegoro tv dan Wartabromo tv. Kedua media tersebut merupakan media lokal yang berada di Kawasan Kabupaten Bojonegoro dan Kabupaten Pasuruan. Maka dengan itu penting memahami bagaimana tantangan disrupsi homeless media di Tengah-tengah media mainstream yang juga bertransformasi digital.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana ruang lingkup dan praktik homeless media?
2. Bagaimana kontestasi media lokal dan Homeless Media di ruang siber?
3. Bagaimana strategi media lokal berkontestasi dengan homeless media di Jawa Timur?

C. Tujuan Penelitian

Paparan rumusan masalah yang telah disebutkan ini, maka tujuan dari penelitian yakni:

1. Untuk melihat ruang lingkup dan praktik homeless media.
2. Untuk mengetahui kontestasi media lokal pelaku Homeless Media di ruang siber.
3. Untuk mengetahui strategi media lokal berkontestasi dengan homeless media di Jawa Timur.

D. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Paradigma penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari paradigma ini adalah agar peneliti dapat melihat dan menjelaskan fenomena yang dibahas dalam penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada praktik media homeless di Jawa Timur, dan peneliti akan lebih menekankan kedalaman dengan penelitian kualitatif deskriptif. Studi kasus Robert K Yin digunakan dalam penelitian ini untuk menggali data lebih dalam. Yin sendiri mendefinisikan studi kasus sebagai sesuai jika digunakan untuk mencari tahu atau menjawab pertanyaan bagaimana atau

kenapa. Karena fenomena yang bergerak cukup dinamis, studi kasus juga dimaksudkan untuk membantu peneliti yang masih tidak mengontrol peristiwa penelitian (Robert & Yion, 2011).

2. Lokasi Penelitian

Meskipun dalam ruang lingkup Jawa Timur, peneliti memberikan Batasan untuk Jawa Timur di blokBojonegoroTV Dan Wartabromotv

3. Sumber Data Penelitian

Data primer penelitian ini diambil dari informan. Informan yang adalah para pengelola akun blokBojonegoroTV dan Wartabromotv. Selain informan, sumber data diambil dari jaringan internet dengan memaksimalkan big data yang open akses. Selain itu, diperlukan data berupa dokumentasi.

4. Kehadiran Peneliti

Peneliti akan hadir di lokasi-lokasi yang dituju untuk menggali data pendalaman. Di lokasi tersebut peneliti akan melibatkan banyak pihak agar data yang ditemukan maksimal. Peneliti juga akan membentuk tim dalam proses penelitian ini.

5. Penentuan Informan

Proses pemilihan informan ini sangat penting. Peneliti menggunakan purposive menggunakan bola salju. Pada awalnya, peneliti akan melakukan pemetaan untuk memastikan informan yang akan digunakan; untuk mengetahui peran informan lainnya, peneliti akan menggunakan rekomendasi informan utama. Informannya adalah Parto pimred blokbojonegoro dan Asad Pimred wartabromo. Keduanya dipilih karena memiliki peran penting dalam menjelaskan program-program tentang persaingan Bersama homeless media.

6. Metode Pengumpulan Data

Tiga metode digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data: observasi. Observasi dimulai dengan melihat kondisi lapangan aktivitas dari objek penelitian. Mulai dari peroses persiapan, pelaksanaan hingga pasca pelaksanaan. Tidak hanya itu, pengamatan atau observasi dilakukan

dengan melihat aktivitas digital dari objek penelitian melalui media sosial BlokBojonegoro, Warta Bromo, Seputar Pasuruan dan Lingkar Bojonegoro. Kemudian untuk memperkaya data, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada pimpinan redaksi dan manajemen perusahaan media lokal Blok Bojonegoro dan WartaBromo Pasuruan. Setelah pengambilan data di lapangan, peneliti mendalami topik penelitian juga sebagai bahan diskusi, maka digunakanlah metode dokumentasi. metode dokumentasi memungkinkan peneliti mendapatkan informasi dari kumpulan catatan, artikel hingga buku sebagai landasan konsep yang didialogkan pada bagian pembahasan.

7. Metode Analisis dan Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Bentuk data yang dikumpulkan di lapangan menentukan proses analisis data. Data yang digunakan termasuk hasil observasi yang dilakukan oleh informan atau pelaku media, jawaban yang disampaikan oleh informan, dan dokumentasi yang dibuat dengan melacak dokumen data atau isi dokumen. Peneliti dapat mengambil tindakan selanjutnya dengan menggunakan metode yang disebutkan oleh Mile dan Hubberman (1984), termasuk reduksi data, penampilan data, dan drawing atau verifikasi conclusion.

Sugiyono (2010) menjelaskan bahwa teknik reduksi data berarti memilih, merangkum, dan mencari tema dan pola yang tepat. Reduksi data dapat mempermudah analisis data dan memberikan gambaran yang lebih jelas. Penelitian ini menggunakan uji credibility, transferability, dependability, dan confirmability untuk memeriksa keabsahan data. Keempat tes ini digunakan untuk mendapatkan data berkualitas (Sugiyono, 2013)

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya telah menyebutkan, seperti yang dilakukan oleh Frances Alexander, Ahmad Junaidi yang menjelaskan Media Homeless adalah jenis jurnalisme digital inovatif yang menyebarkan konten melalui media sosial dengan menggunakan program dan audiovisual yang tersedia. Salah satu sumber informasi yang kredibel dan akurat di Indonesia adalah Opini.id. Mereka mengubah artikel berita lengkap menjadi konten interaktif dan mudah diakses (Alexander & Junaidi, 2022).

Tulisan sejenis mengenai media homeless ditulis oleh Eddward Samadyo Kennedy di Remotivi.id. Kennedy merupakan salah seorang yang mempopulerkan konsep media homeless di Indonesia. Selain itu ia juga menunjukkan konsep media homeless sudah banyak diadaptasi oleh masyarakat (Kennedy, 2017). Namun kajian tentang Homeless Media di Indonesia masih belum banyak dilakukan. Dengan melihat kajian terdahulu, penelitian ini dapat mengambil perspektif baru untuk memfokuskan lebih dalam gambaran praktik media homeless secara umum dan lebih khusus di Kawasan Jawa Timur.

B. Kajian Teori

1. Jurnalisme Digital

Dalam riset ini konsep yang digunakan yakni jurnalisme digital. Dalam pengertian secara umum jurnalisme digital adalah jurnalisme yang menggunakan sumber daya digital. Yakni, sumber daya yang mencakup tidak hanya di internet saja melainkan televisi digital dan radio digital (Salaverría-Aliaga, 2019). Sedangkan menurut Kawamoto menggambarkan jurnalisme digital sebagai kombinasi praktik lama dengan pendekatan baru. Lebih khusus lagi, ia menggambarkannya sebagai gabungan dari tradisi dan kemajuan. Karena jurnalisme telah ada sejak zaman kekaisaran Julius Caesar di Romawi, disebut sebagai praktik lama dan telah mentradisi. Saat itu, Acta Diurna, sebuah papan pengumuman, digunakan untuk menyimpan informasi yang penting bagi masyarakat.

BAB III

RUANG LINGKUP DAN PRAKTIK HOMELESS MEDIA

Perkembangan dunia jurnalistik dan media sangat berkembang pesat semakin memudahkan dalam mempublikasikan hasil kerja-kerja jurnalistik. Sebut saja dengan istilah media alternatif. Media alternatif menjelma sebagai bentuk sebuah tempat untuk mempublikasikan sesuatu dengan perspektif berbeda konsekuensi ketidakpercayaan masyarakat kepada media mainstream. Pada dasarnya kedua media tersebut mempunyai tujuan yang sama, yakni menyebarkan informasi kepada publik. Perbedaannya terletak pada kepemilikan dan proses pengolahannya.(Darmastuti, 2016). Namun lebih jauh lagi definisi dari media alternatif dapat menjadi bias karena media alternatif mendapatkan peran dalam istilah populernya sebagai *influencer* atau *content creator* yang secara kepemilikan dan pengelolaan hampir sama. Maka penting memposisikan kembali media dan jurnalistik ke dalam ruang berbeda secara spesifik.

Pada perkembangan selanjutnya dalam konteks jurnalistik dan media muncul sekitar tahun 2015 istilah Homeless Media. Pertama kali istilah tersebut dipopulerkan oleh Francesco Marconi dalam artikelnya berjudul *The Rise Of “Homeless Media”* (Marconi, 2015). Kemudian istilah tersebut diadopsi di Indonesia pada tahun 2017 dalam artikel *Jurnalisme Media Tanpa Rumah* oleh Eddward Samadyo Kennedy. (Kennedy, 2017) Dengan jelas dalam artikel mereka, mendefinisikan Homeless Media sebagai pegiat media yang melakukan kegiatan publikasi informasi dan memonetisasi bisnisnya melalui platform media sosial tanpa adanya ‘rumah’ berupa website.

Tentu akan menjadi perdebatan menarik jika adanya bias definisi dan ruang lingkup antara pelaku jurnalistik yang masuk ke dalam ranah media sosial dengan para *influencer* maupun *content creator*.

A. Evolusioner dan Revolusioner Media

Perkembangan teknologisasi industri membawa konsekuensi dampak sosial budaya masyarakat seperti yang disampaikan McLuhan dalam *Gutenberg Galaxy*. Singkat cerita mengenai perubahan revolusioner secara mendadak sebagai gebrakan industri seperti pada awal munculnya Gojek sebagai alternatif

BAB IV

HOMELESS MEDIA DAN KONTESTASI MEDIA LOKAL

Berbekal data pengguna media sosial Indonesia yang mencapai 167 juta atau sekitar 64,3 % dari total populasi, maka media sosial sebagai media baru mampu menghubungkan dan sebagai media pertukaran informasi. Tidak hanya itu, pengguna internet tidak lagi hanya sebagai objek dari informasi (*passive participation*) melainkan juga sebagai produsen dan penyebar informasi.(Lastriani, 2018). Media sosial menjadi salah satu platform yang diandalkan dalam sirkulasi pertukaran informasi tersebut. Karenanya tidak adanya batasan dan sifatnya yang *real-time*.

Praktik homeless media melalui media sosial berpotensi bersaing dengan media mainstream yang turut masuk ke dalamnya. Media mainstream mencari informasi dengan cepat dapat melalui media sosial. Mengingat publik dengan mudah menyampaikan opini, peristiwa yang ada disekitarnya kemudian para jurnalis mengambil dan mengolahnya kemudian disebarkan kembali melalui akun media sosial media mainstreamnya. Dengan demikian lambat laun akan menimbulkan bias antara media mainstream dengan hadirnya istilah homeless media. Salah satunya pada sisi kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap informasi yang mereka dapatkan.

A. Media Lokal Wartabromo TV

Wartabromotv menjadi salah satu media mainstream berbasis audio visual lokal Kabupaten Pasuruan Provinsi Jawa Timur yang bernaung di bawah media siber wartabromo.com. Pada tahun 2024, wartabromo.com sudah menginjak usia 12 tahun yang berdiri sejak tahun 2012. Pertama kali digagas Ary Suprayogi selaku Founder atau CEO bersama beberapa jurnalis daerah Pasuruan. wartabromo.com mengklaim bahwa mereka media lokal yang menggunakan pendekatan universal dan bukan menjadi bagian (berafiliasi) dengan organisasi kelompok atau aliran apapun.

Secara idealis, wartabromo.com berpandangan bahwa media dapat menyuarakan “suara” yang tidak tersampaikan, bekerja secara profesional dan independen, walaupun dengan idealisnya berpotensi tidak disukai oleh berbagai

BAB V

KONTESTASI MEDIA LOKAL DENGAN HOMELESS MEDIA

A. Kompetisi dan Kerjasama Media Lokal dan Homeless Media

Perkembangan penyebaran informasi semakin masif pada media sosial (ada yang mengistilahkan dengan kata platform) dan media berita konvensional (ada yang menyebut sebagai media mainstream atau publisher). Meminjam istilah dari Smyrnaio & Rebillard (2019) fenomena persaingan antara media konvensional dan media sosial disebut *coopetition*. Pada satu sisi mereka melakukan persaingan, pada sisi lain mereka saling membutuhkan (Smyrnaio & Rebillard, 2019).

Begitu pula yang sedang terjadi di media konvensional lokal BlokBojonegoro Bojonegoro dan Warta Bromo Pasuruan. Tidak bisa dihindari, benturan kedua media yang sudah lama berdiri dan tetap eksis sampai saat ini, dihadapkan dengan fenomena era homeless media. Seperti yang dikatakan pada bagian sebelumnya, homeless media hadir sebagai media alternatif penyebaran informasi. Tentu dengan karakteristik cepat, singkat, mengangkat isu kelokalan, dan luasnya jangkauan aksesibilitas informasi publik. Publik memiliki kecenderungan mengakses informasi melalui media sosial daripada harus mengakses portal website media berita. Hadirnya homeless media yang beroperasi di media sosial, media konvensional semakin terancam eksistensi dari sisi jumlah peminatnya. Maka penting melakukan langkah-langkah strategis dalam menghadapinya.

Akan tetapi realitasnya, media lokal di setiap daerahnya memiliki karakteristik dan strateginya masing-masing dalam menghadapi homeless media. Misalnya, media lokal Warta Bromo, mereka lebih cocok dengan istilah kooperasi antar medianya dan para pelaku homeless media, yang mereka sebut sebagai influencer atau mediagram, di daerah Pasuruan Raya. Mereka menganggap tidak memungkinkan untuk melawan perilaku para pelaku homeless media.

Kompetisi dan kerjasama antara media lokal dan homeless media (media independen yang dikelola individu atau kelompok tanpa afiliasi lembaga resmi) menjadi isu yang semakin kompleks di era digital. Di Indonesia, fenomena ini

BAB VI

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai praktik homeless media di Jawa Timur, kesimpulan utama yang dapat diambil adalah bahwa homeless media menawarkan pendekatan baru dalam distribusi informasi tanpa mengandalkan situs web tradisional. Dengan menggunakan platform media sosial sebagai basis utama, homeless media memungkinkan jangkauan informasi yang lebih luas, fleksibilitas dalam konsumsi, dan potensi monetisasi yang besar. Platform seperti blokBojonegoroTV dan WartabromoTV di Jawa Timur telah memanfaatkan homeless media untuk menarik perhatian audiens lokal melalui konten yang dikemas sesuai karakteristik media sosial, yang meningkatkan partisipasi publik dalam distribusi konten. Hal ini menunjukkan bahwa homeless media memiliki peluang signifikan sebagai alternatif bagi media mainstream, meskipun terdapat tantangan dalam memastikan kredibilitas dan akurasi informasi.

Di sisi lain, homeless media juga menghadapi tantangan kontestasi dengan media mainstream dalam hal kredibilitas dan etika. Meskipun homeless media menawarkan kebebasan dan aksesibilitas yang lebih tinggi, keandalan informasinya kerap dipertanyakan, terutama di tengah fenomena informasi berlebih di dunia maya. Media mainstream tetap mempertahankan posisinya sebagai penjaga informasi yang terverifikasi, yang penting untuk menyeimbangkan penyebaran informasi yang mungkin tidak akurat di media sosial. Kontestasi ini menyoroti peran homeless media sebagai ruang publik baru, namun juga menuntut tanggung jawab dari kreator konten untuk menjaga etika dan akurasi informasi demi kepercayaan publik dan keberlanjutan praktik homeless media.

DAFTAR PUSTAKA

- Albarran, A. B., & Albarran, A. B. (2013). *The social media industries*. Routledge New York.
- Alexander, F., & Junaidi, A. (2022). Peran Homeless Media dalam Melakukan Penyebaran Informasi di Media Sosial Instagram (Studi pada Opini.id). *Kiwari*, 1(2), 363. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15703>
- Allan, S & Thorsen, E. (2009). *Citizen Journalism*. New York: Peter Lang.
- APJII. (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang#:~:text=Bisnis.com%2C JAKARTA - Survei,yang sebesar 275.773.901 jiwa>.
- Azwar, S. (2007). *Sikap manusia: Teori dan pengukurannya*.
- Barker, C., & Jane, E. A. (2016). *Cultural studies: Theory and practice*.
- Bosch, T. (2010). Digital journalism and online public spheres in South Africa. *Communicatio: South African Journal for Communication Theory and Research*, 36(2), 265–275.
- Christiani, L. C. (2015). Spasialisasi Grup Media Jawa Pos. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2).
- Cindoswari, A., & Abidin, S. (2019). Agenda Setting dan Kredibilitas Harian Tribun Batam dalam Membangun Persepsi Masyarakat di Kota Batam:(Studi Pemberitaan Implementasi Kawasan Ekonomi Khusus). *Journal of Extension and Development*, 1(1), 22–31.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The mediated construction of reality*. John Wiley & Sons.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147–162.
- Darmastuti, R. (2016). *Media Alternatif, Masa Depan Media Indonesia*.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464.
- Deuze, M. (2011). *Managing media work*. Sage.
- Faisal, M. (2007). Dari Anarchic Cyber Space menjadi Transnational Public Sphere. Membaca Relasi antara Cyber– space fan Civil Society di Era

- Postmodern (Studi kasus: Greenpeace Online Activist). *Global: Jurnal Politik Internasional*, 9(2), 138–151.
- Franklin, B., & Eldridge II, S. (2016). *The Routledge companion to digital journalism studies*. Taylor & Francis.
- Freedman, D. (2014). *The contradictions of media power*. Bloomsbury Publishing.
- Gao, Y., Liu, F., & Gao, L. (2023). Echo chamber effects on short video platforms. *Scientific Reports*, 13(1), 6282.
- Gillmor, D. (2006). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. “O’Reilly Media, Inc.”
- Gramsci, A. (1992). *Selections from the prison notebooks (Vols 1-2)*. (JA Buttigieg, Ed., JA Buttigieg, & A. Callari, Trans.). New York, NY: Columbia University Press (Original work published 1929).
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press.
- Hanif, M. (2011). Studi media dan budaya populer dalam perspektif modernisme dan postmodernisme. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(2), 235–251.
- Indiyati, D., Khusnia, H. N., Muhlis, S. C., & Chotijah, S. (2020). Media vs kepercayaan publik di masa pandemi. *JCommsci (Journal Of Media and Communication Science)*, 3, 38–44.
- Iskandar, D. (2018). *Konvergensi Media: Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme*. Penerbit Andi.
- Jenkins, H. (2011). Convergence culture. Where old and new media collide. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 20, 129–133.
- Jusuf, A. (2017). *Revitalisasi Jurnalisme Komunitas*.
- Kawamoto, K. (2003). *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Kenix, L. J. (2011). *Alternative and mainstream media: The converging spectrum*. Bloomsbury Academic.
- Kennedy, E. S. (2017). *Jurnalisme Media Tanpa Rumah*.
<https://www.remotivi.or.id/headline/untagged/421>
- Lastriani, L. (2018). Fanwar. *Emik*, 1(1), 87–100.

- Malik, A., & Shapiro, I. (2016). What's digital? What's journalism? In *The Routledge companion to digital journalism studies* (pp. 15–24). Routledge.
- Marconi, F. (2015). *The rise of "homeless" media*. Medium.Com.
<https://fpmarconi.medium.com/the-rise-of-homeless-media-97e031c8b319>
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT press.
- McNair, B. (2017). *An introduction to political communication*. Routledge.
- Mouffe, C. (2000). *The Democratic Paradox*. Verso.
- Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. Columbia University Press.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Noval, N., Cindoswari, A. R., & SP, M. (2024). PENGARUH KREDIBILITAS KONTEN TIKTOKROBBYYULIENDRA (ROBBYYULIENDRA) TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2).
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. penguin UK.
- Picard, R. G. (2011). *The economics and financing of media companies*. Fordham Univ Press.
- Postman, N. (1985). Amusing Ourselves to Death. *Et Cetera*, 42, 13.
- Poti, J., Negara, I. A., Maritim, U., & Ali, R. (2019). *EKONOMI POLITIK , MEDIA DAN RUANG PUBLIK*. 13(2), 200–206.
- Puspitorini, I. (2022). Monetisasi media sosial di tiktok. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 6(4), 1035–1040.
- Putra, I. G. N. (2006). Demokrasi dan Kinerja Pers Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Rahmadhani, I., Sari, D. M., Novianti, I., Finalson, G. H., & Khoirunnisa, S. A. (2024). Diferensiasi interaksi sosial antara generasi milenial dan gen z. *Pena Edukasia*, 2(2), 68–71.
- Rianto, P. (2007). *Pers Indonesia Kontemporer: Antara Profesionalisme dan Tanggung Jawab Sosial*. Yogyakarta: PKMBP.
- Rianto, P. (2016). *Media baru, visi khalayak aktif dan urgensi literasi media*.

- Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(2), 90–96.
- Rizkiana, M., & Zakiah, K. (2021). Imparsialitas pada Reportase Investigasi. *Bandung Conference Series: Journalism*, 1(1), 5–9.
- Salaverría-Aliaga, R. (2019). *Digital journalism: 25 years of research. Review article*.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Sari, F. (2022). Konvergensi dan Manajemen SDM Media Lokal. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 239–252.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2013). *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective*. Routledge.
- Smyrnaio, N., & Rebillard, F. (2019). How infomediation platforms took over the news: A longitudinal perspective. *The Political Economy of Communication*, 7(1).
- Sucahya, M. (2013). Ruang publik dan ekonomi politik media. *Jurnal Komunikasi*, 2(3), 15–23.
- Susanto, E. (2021). Independensi Media Tempo Dan Pengaruh Ekonomi Politik Dalam Praktik Strukturasi. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 24–38.
- Tandoc Jr, E. C., & Jenkins, J. (2017). The Buzzfeedication of journalism? How traditional news organizations are talking about a new entrant to the journalistic field will surprise you! *Journalism*, 18(4), 482–500.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Viranda, L., Hidayat, D. R., & Yudhapramesti, P. (2018). Manajemen produk media kompas. com untuk bersaing di era generasi milenial. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 2(1), 61–78.
- Yel, M. B., & Nasution, M. K. M. (2022). Keamanan informasi data pribadi pada media sosial. *Jurnal Informatika Kaputama (JIK)*, 6(1), 92–101.
- Yusup, A. H., Azizah, A., Rejeki, E. S., Silviani, M., Mujahidin, E., & Hartono, R. (2023). LITERATURE REVIEW: PERAN MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS AUGMENTED REALITY DALAM MEDIA SOSIAL. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian, Dan Inovasi*, 3(5).