

## Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online

Woro Harkandi Kencana<sup>1</sup>, Ilona V. Oisina Situmeang<sup>2</sup>, Meisyanti<sup>3</sup>, Khina Januar  
Rahmawati<sup>4</sup>, Herlin Nugroho<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia YAI  
Jl. Diponegoro, Jakarta Pusat

E-mail : [woro.harkandi@gmail.com](mailto:woro.harkandi@gmail.com)<sup>1</sup>, [ilonaoisina@yahoo.com](mailto:ilonaoisina@yahoo.com)<sup>2</sup>,  
[meisyanti.hutagaol@gmail.com](mailto:meisyanti.hutagaol@gmail.com)<sup>3</sup>, [khina.januar@gmail.com](mailto:khina.januar@gmail.com)<sup>4</sup>, [herlinnugroho@gmail.com](mailto:herlinnugroho@gmail.com)<sup>5</sup>

### ABSTRAK

Perkembangan media sosial saat ini telah memasuki segala bidang, termasuk jurnalistik. Portal berita online menyajikan berita tidak hanya dengan website maupun aplikasi tetapi juga menggunakan platform media sosial. Media sosial tersebut antara lain: Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan TikTok. Penelitian ini ingin mengetahui eksistensi sosial media pada portal berita online. Portal berita online yang menjadi objek penelitian yaitu: Liputan6.com, Medcom.id dan iNews.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melakukan wawancara dengan redaksional portal berita serta melakukan observasi pada akun sosial media ketiga portal berita tersebut. Hasil penelitian ini adalah portal berita online menggunakan media sosial untuk menemukan ide cerita, menjalin *engagement* dengan pembaca dan pemirsa mereka, dan menemukan informasi tambahan. Sedangkan Portal berita online sebagai sebuah industri media, menjadikan sosial media sebuah bentuk interaktif marketing dan juga memberikan tambahan pemasukan finansial bagi institusi.

**Kata kunci : media sosial, portal berita online, jurnalistik online**

### ABSTRACT

*The development of social media has now entered all fields, including journalism. Online news portals present news not only with websites and applications but also using social media platforms. These social media include: Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, and TikTok. This study wants to know the existence of social media on online news portals. The online news portals that are the object of research are: Liputan6.com, Medcom.id and iNews.id. This research uses a qualitative approach with data collection techniques, conducting interviews with news portal editors and making observations on the social media accounts of the three news portals. The result of this research is that online news portals use social media to find story ideas, establish engagement with their readers and viewers, and find additional information. While online news portals as a media industry, make social media an interactive form of marketing and also provide additional financial income for institutions.*

**Keywords: social media, online news portal, online journalism**

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial saat ini telah memasuki segala bidang, termasuk jurnalistik. Ranah jurnalistik telah banyak bergeser menjadi jurnalistik online. Portal berita online menjadi satu produk dari perkembangan teknologi internet di dunia jurnalisme. Kemunculan media baru ini sejalan dengan perkembangan audiens yang semakin dinamis dalam mencari informasi di media massa. Populasi portal berita online di Indonesia yang terus tumbuh membuat persaingan industri portal berita online menjadi ketat (Arifin, 2013).

Saat ini berdasarkan data Dewan Pers telah terdaftar 1.647 portal berita online yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Dengan jumlah tersebut hanya 85 yang terverifikasi faktual dan 169 yang terverifikasi administrasi (Dewan Pers, 2020). Media online memiliki tanggung jawab membangun tradisi baru dalam pers Indonesia. Tanggung jawab ini makin besar sejalan dengan bertambahnya jumlah dan penyebarannya di seluruh Indonesia (Setiawan, 2020). Individu sering beralih ke blog dan situs jejaring sosial untuk mencari informasi tentang dan reaksi terhadap perkembangan politik atau sosial lainnya di suatu bidang (Allgaier et al., 2013). Sosial media saat ini menjadi sumber informasi pada proses jurnalistik. Kecepatan berita menjadi unsur yang krusial dalam jurnalistik online. Jurnalistik online lahir dalam platform digital antara lain portal media online dan sosial media.

Portal berita online menyajikan berita tidak hanya dengan website maupun aplikasi tetapi juga

menggunakan platform media sosial. media sosial tersebut antara lain: Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, bahkan bentuk jurnalistik saat ini mengikuti trend Tik Tok untuk menarik target audience lebih luas. Platform digital pada portal berita online memberikan keterlibatan dengan audience dalam proses jurnalistik.

Kolaborasi antara media dan masyarakat tentunya dapat memperkuat peran media sebagai institusi yang mampu memberikan informasi yang faktual dan aktual. Masyarakat juga dituntut untuk mampu memberikan informasi faktual disertai dengan data pendukung sehingga dari keterlibatan masyarakat mereka menciptakan pengalamannya dengan media itu sendiri. Memahami keterlibatan dan pengalaman memungkinkan lembaga jurnalistik untuk menciptakan nilai bagi konsumen mereka dan dapat membedakan konten mereka dari lembaga jurnalistik lainnya (Mersey et al., 2010).

Penelitian ini melakukan analisis pada 3 portal berita online yaitu: :Liputan6.com, Medcom.id dan iNews.id melalui bentuk platform digital media online dan sosial media yang mereka miliki. Ketiga portal berita ini memiliki sosial media antara lain : Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan Tik Tok. Penelitian ini ingin mengetahui penggunaan sosial media pada ketiga portal berita tersebut.

## 2. METODOLOGI

Metodologi pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data

menggunakan data primer dan data sekunder. Pada data primer peneliti melakukan wawancara mendalam dengan redaksional portal berita Liputan6.com, Medcom.id dan iNews.id. Data primer diperkuat dengan observasi terhadap ketiga akun resmi sosial media dari portal berita tersebut yaitu : Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan Tik Tok. Data sekunder didapatkan dari studi literatur terkait permasalahan jurnalistik online dan media sosial.

### 3. LANDASAN TEORI

#### Jurnalistik Online

Jurnalistik Online juga memperkuat atau menumbuhkembangkan jurnalistik warga (*citizen journalism*) dengan memanfaatkan blog atau media sosial (*social media*). Kini, setiap orang bisa menjadi wartawan, dalam pengertian meliput peristiwa dan melaporkannya melalui internet (Syamsul & Romli, n.d.).

Karakteristik Jurnalistik Online: Keunggulan Karakteristik jurnalistik online sekaligus menjadi keunggulannya (Foust, 2011) :

1. *Audience Control*. Kendali pembaca. Jurnalistik online memungkinkan pembaca (*user/visitor*) leluasa dalam memilih berita yang diinginkan. Mereka bisa pindah dengan cepat dari satu berita ke berita lain atau dari satu portal berita ke website lain.
2. *Nonlienarity*. Jurnalistik online memungkinkan setiap berita yang disampaikan

dapat berdiri sendiri sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan. Pembaca bisa memulai dengan berita terbaru, bahkan bisa mulai dengan berita yang diposting satu-dua tahun lalu.

3. *Storage and retrieval*. Online jurnalistik memungkinkan berita tersimpan, tersampaikan, atau terdokumentasikan dan diakses kembali dengan mudah oleh pembaca.
4. *Unlimited Space*. Ruang tanpa batas. Jurnalistik online relatif tanpa ada batasan jumlah berita atau informasi yang akan dipublikasikan, juga relatif tanpa batasan jumlah huruf dan kata/kalimat. Berbeda dengan media cetak yang dibatasi kolom/halaman atau radio/televisi yang dibatasi durasi (waktu).
5. *Immediacy*. Kesegeraan, kecepatan. Jurnalistik online memungkinkan informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada pembaca. Internet adalah medium tercepat untuk menyebarkan informasi.
6. *Multimedia Capability*. Kemampuan multimedia. Jurnalistik online memungkinkan berita disampaikan tidak hanya dalam format teks, tapi juga

bisa dilengkapi audio dan video.

7. *Interactivity*. Interaktivitas. Jurnalisme online memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca dalam setiap berita, dengan adanya kolom komentar dan/atau fasilitas media sosial yang memungkinkan pembaca menyebarkan/membagi (share) berita di akun media sosial.

### **Portal berita Online**

Portal berita online merupakan situs atau halaman web mengenai berbagai jenis berita : politik, ekonomi, sosial, budaya bahkan hiburan yang bersifat *hard news* maupun *soft news*. Portal berita memiliki kelemahan dan kelebihan (Romli, 2018).

Portal berita *online* memiliki kelebihan secara multimedia yang dapat memuat informasi dalam bentuk teks, audio, video, foto secara bersamaan. Berita bersifat Aktualisasi, berisi informasi yang aktual karena kemudahan dan kecepatan dalam penyajian ketika berita tersebut diposting atau diupload, maka saat itu juga dapat diakses oleh khalayak. Update, pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat. Kapasitas luas, halaman web dapat menampung naskah yang panjang. Memiliki Fleksibilitas, proses pemuatan dan editing naskah dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, tidak terikat dengan jadwal terbit (update) jangkauan lebih luas ke seluruh dunia

yang memiliki akses internet. Interaktif, terdapat fasilitas kolom komentar yang membuat pembaca juga dapat memberi komentar terhadap isi berita. Terdokumentasinya informasi yang diunggah tersipkan dan dapat ditemukan melalui artikel atau link terkait dan fasilitas cari (*search*) serta *Hyperlinked*, dapat terhubung dengan sumber lain yang berkaitan.

Sedangkan kelemahan pada portal berita online antara lain : ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet . Dapat dimiliki dan dioperasikan oleh semua orang, meskipun tidak memiliki keterampilan dalam menulis, sehingga informasi yang disajikan didapat dari menyadur dari situs lain. Terbaikannya akurasi berita, karena lebih mengutamakan kecepatan, umumnya berita yang dimuat pada portal media cenderung tidak seakurat berita pada media cetak, utamanya dalam hal penulisannya.

### **Sosial Media**

Menurut Shirky definisi media sosial adalah alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. Dari berbagai pendapat ahli mengenai definisi media sosial, Nasrullah dalam bukunya menyimpulkan definisi media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, berkomunikasi dengan

pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Media sosial bergantung pada teknologi berbasis web dan sekarang teknologi seluler untuk menciptakan platform yang sangat interaktif untuk menjalin interaksi, berbagi, berdiskusi, dan memodifikasi konten yang dibuat pengguna. Perubahan universal ini secara signifikan mempengaruhi cara individu, komunitas, dan organisasi berkomunikasi (Quesenberry, 2019).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini tiga portal berita yang menjadi objek penelitian adalah Liputan6.com, Medcom.id dan iNews.id. ketiga media yang menggunakan prinsip jurnalistik online ini menggunakan sosial media sebagai bentuk proses jurnalistik maupun sebagai bentuk komunikasi pemasaran digital dalam industri media. Penggunaan sosial media menjadi kebutuhan memasuki area ekologi media. Dimana pesaingan antar media yang saat ini semakin tinggi karena persainagan tidak hanya media konvensional melainkan persaingan media digital yang jumlahnya terus meningkat.

Sosial media yang dimiliki oleh ketiga portal berita antara lain Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan saat ini yang menjadi trend saat ini adalah Tik Tok.

Sosial Media	Liputan6.com	
	Followers	Post
IG	2M	24.5K
FB	8.3M	

Youtube	83.4K	3.9K
Twitter	4M	
Tiktok	2.3M	19M (Likes)

Tabel 1. Data Sosial Media Liputan6.com

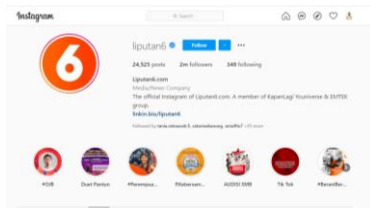
Sosial Media	iNews.id	
	Followers	Post
IG	598K	27.2K
FB	617K	
Youtube	460K	174K
Twitter	126.4K	
Tiktok	2.9M	27.7 M (Likes)

Tabel 2. Data Sosial Media iNews.com

Sosial Media	Medcom.id	
	Followers	Post
IG	72.9K	13.9K
FB	20K	
Youtube	583K	7.9K
Twitter	34.3K	
Tiktok	404K	2.3M (Likes)

Tabel 3. Data Sosial Media Medcom.com

Media sosial merupakan media kedua portal berita untuk mendistribusikan berita kepada audien. Pada data diatas masyarakat memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi. Bahkan akun Facebook Liputan.com mencapai 8,3M followers, jumlah yang tinggi untuk jumlah pengikut di Sosial Media. Kemudian untuk akun Twitter di angka 4 M bahkan untuk platform hiburan TikTok pun menjadi media penyampaian berita dengan jumlah pengikut 2.3 M.



Gambar 1. Tampilan Instagram Liputan6.com



Gambar 2. Tampilan YouTube Channel Medcom.id

Berdasarkan hasil wawancara dengan redaksional ketiga portal berita tersebut sosial media tidak hanya sebagai media pencarian informasi tetapi juga sebagai tempat untuk berekspresi dalam menuangkan ide dan kritikan terhadap isu yang sedang berkembang saat ini. Kolom komentar menjadi media bagi masyarakat untuk mengutarakan pendapat mereka, meskipun komentar tidak mendapatkan feedback dari follower lain maupun admin akun. Bahkan dari kolom komentar menjadikan sumber berita tersendiri bagi redaksional portal berita.

Bentuk komentar follower melalui kolom komentar maupun *direct message*. Maupun bentuk postingan masyarakat di akun sosial media dapat menjadi materi berita dalam proses jurnalistik. Inilah yang disebut dengan *citizen journalism*.

Bentuk tanggung jawab jurnalis atas pemberitaan yang bersumber dari media sosial adalah dengan kegiatan chek dan recheck dan dalam pelaksanaan tugas jurnalistik harus

berpedoman kepada Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Kode Etik Jurnalistik yang dipergunakan jurnalis dalam melakukan tugas jurnalistik khususnya mengenai sumber pemberitaan yang didapatkan dari media sosial adalah dengan menerapkan Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik yang berbunyi “Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah”. Dengan penafsiran “Menguji informasi berarti melakukan check and recheck tentang kebenaran informasi itu” (Nuraeni, 2017).

Platform media sosial dengan berbagai fiturnya telah menjadi bagian dari rutinitas harian banyak jurnalis. Proses jurnalistik terjadi saat jurnalis menggunakannya untuk mengumpulkan, menyaring, dan menyebarkan berita. perkembangan teknologi komunikasi membuat proses negosiasi ketika teknologi baru bertabrakan dengan norma dan praktik yang sudah mapan. Penelitian menunjukkan bahwa banyak jurnalis menormalkan informasi media sosial agar sesuai dengan nilai-nilai yang ada. Pada saat yang sama, keterjangkauan dan budaya media sosial mempengaruhi bagaimana ruang redaksi melaporkan berita, yang mengarah ke diskusi tentang prinsip-prinsip utama seperti ketidakberpihakan, verifikasi, dan perilaku profesional (Newman, 2009)

Media sosial mungkin memerlukan pemikiran ulang tentang peran jurnalis sebagai regulator tradisional dan moderator wacana publik. Seperti yang telah ditunjukkan oleh Deuze “alih-alih memiliki

semacam kontrol atas aliran informasi (yang bermakna, dipilih, dan diperiksa faktanya) di ruang publik, jurnalis saat ini hanyalah sebagian dari banyak suara dalam komunikasi publik” (Deuze, 2008)

Wartawan menghadapi perubahan dalam rutinitas kerja, dalam budaya kerja dan dalam hubungannya dengan khalayak. Mereka bekerja dalam ekosistem digital dan jaringan di mana perbedaan antara produsen dan konsumen media telah terkikis. Bagi profesional media, "dalam dunia jaringan, tidak ada lagi 'jurnalis', 'pemirsa', dan 'sumber'. Yang ada hanyalah 'kita'" (Singer, 2008: 75).

Seperti perkembangan teknologi media sebelumnya seperti radio dan televisi, apa yang kita lakukan, bagaimana kita melakukannya, dan siapa yang melakukannya akan berubah dan berkembang. Penggunaan jurnalistik Twitter dan Facebook, platform sosial ini dapat layu dan digantikan dengan yang lain, atau menjadi perlengkapan permanen dalam konstelasi media (Hermida, 2012).

Jurnalis menggunakan media sosial untuk memonitor media lainnya dan untuk mencari sumber berita. Hal ini juga yang dilakukan oleh ketiga portal berita Liputan6.com, iNews.com dan Medcom.id yang menjadikan sosial media sebagai sumber berita yang paling mudah dan cepat didapatkan.

Mayoritas portal berita online menggunakan media sosial untuk menemukan ide cerita, tetap berhubungan dengan pembaca dan pemirsa mereka, dan menemukan informasi tambahan. Dengan demikian, jurnalis menggunakan media sosial terutama sebagai alat pengumpulan informasi dan untuk

mewawancarai sumber atau untuk memvalidasi informasi. Sebagian besar jurnalis menganggap media sosial memiliki dampak positif pada pekerjaan mereka. Nilai khusus, tampaknya, adalah persepsi bahwa media sosial membuat jurnalisme lebih akuntabel kepada publik. Namun, salah satu persepsi negatif yang paling umum adalah bahwa jurnalisme online telah mengorbankan akurasi demi kecepatan. Secara keseluruhan, tampaknya sebagian besar jurnalis memang melihat manfaat media sosial dalam pekerjaan mereka sendiri, tetapi lebih sedikit yang yakin bahwa bentuk-bentuk baru komunikasi digital ini bermanfaat bagi profesionalisme jurnalistik secara keseluruhan (Weaver & Willnat, 2016).

Keberadaan pembaca bukan lagi sekedar obyek sasaran dari berita atau artikel serta ragam informasi yang hendak disampaikan pengelola media. Mereka juga bukan sekelompok orang yang bersikap pasif, tetapi justru menjadi penentu daya serap portal berita, terhadap isi berita yang disampaikan, serta turut berperan dalam pengambilan keputusan yang menentukan hidup matinya sebuah portal berita. Pengambilan keputusan oleh audiens ini kemudian bukan dipahami sebagai pihak yang terlibat langsung dalam manajemen sebuah media massa. Keterlibatan audiens lebih kepada kuantitas pembaca sebuah media, yang berpengaruh pada pendapatan sektor iklan (Arifin, 2013).

Berdasarkan hasil wawancara redaksional ketiga portal berita, Sosial media merupakan extension dari group media yang manaungi. Tidak hanya

informasi dari portal berita itu sendiri tapi juga menjadi amplifier media informasi group media. Sosial media selain sebagai interaktif marketing. Pada group media nya, cross promotion progam juga dilakukan melalui akun sosial media. Selain itu juga adanya sosial media memberikan pemasukan finansial bagi industri media itu sendiri.

Dengan jumlah follower yang tinggi di akun sosial media mereka, memberikan penghasilan tambahan bagi perusahaan. Dengan jumlah pengikut yang tinggi memberikan pemasukan Google AdSense untuk akun Youtube. Ataupun iklan-iklan yang masuk pada akun sosial media lainnya. Media saat ini tidak hanya tergantung dari pemasukan media konvensional mereka melainkan dari platform digital yang mereka miliki salah satunya adalah platform sosial media.

Media mengikuti trend untuk tetap bertahan dalam persaingan antar media. Dengan perkembangan sosial media saat ini, penyampaian berita pun mengikuti keinginan pasar. Salah satunya adalah penggunaan media sosial Tik Tok, aplikasi ini dikenal sebagai platform video yang mengutamakan kemasan musik dan tari. Pengguna dapat mengekspresikan tarian, bakat dan hal kreatif lainnya. Berita dalam portal berita yang biasanya disajikan secara kaku dan serius dapat disajikan lebih menarik dengan potongan gambar yang disesuaikan dengan latar belakang musik yang sedang trend. Hal ini memberikan alternatif kepada masyarakat dalam menikmati berita. Terlihat pada tabel diatas pengikut akun sosial media Tik Tok mencapai 2.3M pada akun Liputan6.com.

Jurnalisme dengan mengaburkan batas antara hiburan dan berita (Tandoc & Jenkins, 2017) mereka juga mengganggu norma-norma jurnalistik dan membentuk kembali praktik produksi dan distribusi berita konvensional, dan mendefinisikan kembali makna dan atribut berita dan "berita" (Edgerly & Vraga, 2019). Secara signifikan, tren baru ini tidak terlepas dari praktik jurnalistik yang sudah mapan. Faktanya, beberapa usaha berita online terkemuka tumbuh dari jurnalisme konvensional, melalui agregasi konten populer di media sosial sebelum beralih dari konten konspirasi ke jurnalisme yang lebih substantif (Tandoc, 2018).

## 5. KESIMPULAN

Eksistensi media sosial dalam portal berita Platform media sosial dengan berbagai fitur nya telah menjadi bagian dari rutinitas harian banyak jurnalis. Proses jurnalistik terjadi saat jurnalis menggunakannya untuk mengumpulkan, menyaring, dan menyebarkan berita. Portal berita online menggunakan media sosial untuk menemukan ide cerita, menjalin *engagement* dengan pembaca dan pemirsa mereka, dan menemukan informasi tambahan. Sedangkan Portal berita online sebagai sebuah industri media menjadikan Sosial media sebuah bentuk interaktif marketing dan juga memberikan tambahan pemasukan finansial bagi institusi.

## DAFTAR PUSTAKA

Allgaier, J., Dunwoody, S., Brossard, D., Lo, Y.-Y., & Peters, H. P. (2013). Journalism and Social



- Media as Means of Observing the Contexts of Science. *BioScience*, 63(4), 284–287. <https://doi.org/10.1525/BIO.2013.63.4.8>
- Arifin, P. (2013). Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 10(2). <https://doi.org/10.24002/JIK.V10I2.353>
- Deuze, M. (2008). The changing nature and context of social work research. *International Journal of Communication*, 2, 848–865. <https://doi.org/10.1093/bjsw/31.5.687>
- Dewan Pers. (2020). Etika Menjaga dan Melindungi Kemerdekaan Pers. *Berita Dewan Pers*, 11(November), 1–12.
- Edgerly, S., & Vraga, E. K. (2019). News, entertainment, or both? Exploring audience perceptions of media genre in a hybrid media environment. *Journalism*, 20(6), 807–826. <https://doi.org/10.1177/1464884917730709>
- Foust, J. C. S. (2011). *Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web* (3rd ed.). Routledge. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1080/19312430802418220>
- Hermida, A. (2012). *Social Journalism: Exploring How Social Media is Shaping Journalism*.
- Mersey, R. D., Malthouse, E. C., & Calder, B. J. (2010). Engagement with online media. *Journal of Media Business Studies*, 7(2), 39–56. <https://doi.org/10.1080/16522354.2010.11073506>
- Newman, N. (2009). *The Rise of Social Media and Its Impact on Mainstream Journalism* (Issue September).
- Nuraeni, R. (2017). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM TUGAS JURNALISTIK. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 3(1), 43–58. <https://doi.org/10.25124/LISKI.V3I1.806>
- Quesenberry, K. (2019). *Social media strategy : marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*.
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (3rd ed.). Penerbit Nuansa Cendekia.
- Setiawan, A. (2020). *Media Online Perlu Berbenah*. Medcom.Id. [https://www.medcom.id/pilar/kolom/Wb70Wyak-media-online-perlu-berbenah-diri?utm\\_source=apps\\_android&utm\\_medium=share&utm\\_campaign=share](https://www.medcom.id/pilar/kolom/Wb70Wyak-media-online-perlu-berbenah-diri?utm_source=apps_android&utm_medium=share&utm_campaign=share)
- Syamsul, A., & Romli, M. (n.d.). *Jurnalistik Online: Jurnalistik Masa Depan*. Retrieved September 14, 2021, from [www.romelteamedia.com](http://www.romelteamedia.com)
- Tandoc, E. C. (2018). Five ways BuzzFeed is preserving (or transforming) the journalistic field. *Journalism*, 19(2), 200–216. <https://doi.org/10.1177/1464884917691785>
- Tandoc, 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.  
<https://doi.org/10.1177/1464884915620269>

Weaver, D. H., & Willnat, L. (2016). Changes in U.S. Journalism: How do journalists think about social media? *Journalism Practice*, 10(7), 844–855.  
<https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1171162>