
STRATEGI MANAJEMEN REDAKSI RADAR DEPOK.COM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI ERA DIGITALISASI

Ghea Pattia¹, Djudjur Luciana Radjagukguk¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional
email : pattiaGhea@gmail.com, djudjurluciana01@gmail.com

Korespondensi : djudjurluciana01@gmail.com

Abstract

Online media Radardepok.com is media that provides access to information about the city of Depok by having 8 rubric namely the main news rubric, metropolis, satellite, education, sports, politics, economy & entertainment as well as public spaces. This research discusses about the redaction management strategy of radardepok.com in facing rivalry of the digital era. The purpose of this research is to find out and analyze the redaction management strategy of radardepok.com in facing rivalry of the digital era. This study uses descriptive qualitative research methods. Primary data is obtained from in-depth interviews with two key informant and one informant, while secondary data were obtained through literature studies and document reviews. The key informant of this research are the managing editor, and the informants were editor and the journalist of daily radardepok.com. Theories that relevant to this research is the management theory of Tommy Suprpto. This study uses the concept of strategy, redaction management, in facing rivalry and the digital era. The results of this study indicate that the redaction management strategy undertaken by radardepok.com in facing rivalry in the digital era is conducting meetings every day, in the night, morning and evening with several stages carried out starting from planning, organizing, implementing, evaluating and monitoring.

Keywords: *strategy, management redaction, facing rivalry, digital era, radar depok*

Abstrak

Media online radardepok.com memiliki delapan rubrik, terdiri atas rubrik berita utama, metropolis, satelit, pendidikan, olahraga, politika, ekbis & hiburan serta ruang publik. Banyaknya media online dalam menayangkan berita maka penelitian ini ingin mengetahui strategi manajemen redaksi radardepok.com dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi manajemen redaksi radardepok.com dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan dua Key-informan dan informan, sementara data sekunder diperoleh melalui studi literatur dan review dokumen. Key-informan dari penelitian ini adalah Redaktur pelaksana, dan informan adalah redaktur serta wartawan radardepok.com. Teori yang relevan dengan penelitian ini adalah teori manajemen Tommy Suprpto. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi manajemen redaksi yang dilakukan radardepok.com dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi adalah dengan melakukan rapat setiap hari, malam hari, pagi

hari, dan sore hari dengan beberapa tahap yang dilakukan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi dan pengawasan.

Kata kunci: strategi, manajemen redaksi, persaingan, era digitalisasi, radar depok

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, media online berkembang semakin pesat. Karena kebutuhan masyarakat terus memperbaharui diri dengan informasi-informasi mengenai lingkungan sekitarnya semakin cepat. Ditambah dengan alat-alat komunikasi semakin efisien dan praktis. Terlebih di generasi milenial tahun 2019, media online yang mudah diakses karena hampir semua orang kini memiliki handphone yang terhubung langsung internet, dengan handphone tersebut semua orang dapat mengakses apa saja dan kapan saja yang mereka inginkan seperti halnya informasi yang disajikan secara online.

Kebutuhan masyarakat akan informasi yang berbeda, menjadikan kemudahan mengakses informasi apapun seperti berkaitan dengan ekonomi, sosial, politik, keagamaan, dan lain sebagainya, yang ditawarkan media online menjadi daya tarik untuk para pembacanya. Perkembangan teknologi informasi tersebut membuat banyak media online bermunculan dan semakin populer di kalangan masyarakat. Media online menjadi media baru (new media) setelah media cetak dan elektronik. Kehadiran media baru (new media) menjadi tantangan baru bagi industri media, khususnya media cetak yang terbatas waktu dan jangkauannya. Berbeda dengan media cetak, berbagai informasi di media online bisa diakses kapan saja dan dimana saja selama ada koneksi internet.

Media online memiliki keunggulan utama, yaitu kecepatan dan aktualitas, ini menjadi senjata yang ditawarkan kepada khalayak untuk menarik banyak pengunjung dan pembaca. Perkembangan media online membawa dampak dalam persaingan dengan media online lainnya, hal ini bisa dilihat dengan jumlah media online 47 ribu dan 2.700 yang sudah terverifikasi Dewan Pers. Persaingan yang terjadi di media online tidak lain untuk memperebutkan khalayak sebanyak mungkin. Maka dari itu untuk menjaga eksistensi mendapatkan khalayak sebanyak mungkin, media online harus melakukan cara-cara apapun atau strategi untuk mendapatkan banyak *viewer* atau pengunjung. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi perlu disusun secara luas, sehingga taktik operasional komunikasi dapat segera disesuaikan dengan faktor-faktor yang berpengaruh.

Indonesia, khususnya di Kota Depok terdapat media online radar depok.com yang berisi tentang informasi-informasi di Kota Depok. Media online radardepok.com merupakan naungan dari grup Jawa Pos dan juga bagian dari Radar Bogor Group (RBG) yang membawahi surat kabar Radar Bogor, Radar Bandung, Radar Depok, Radar Bekasi, Radar Karawang, Harian Metropolitan, dan portal berita pojok satu.id.

Dibandingkan dengan media online Kota Depok lainnya, seperti depoknews.id, depok.go.id, dan depok24.com yang hanya memberikan tentang

peristiwa-peristiwa yang hanya terjadi di Kota Depok saja, sedangkan radardepok.com sebanyak 90-95% berita lokal, sementara 5% berita nasional maupun internasional. Media online radardepok.com memiliki beberapa rubrik, diantaranya rubrik berita utama, metropolis, satelit Depok, pendidikan, olahraga, politika, ekonomi bisnis, dan ruang publik yang menyajikan informasi-informasi sesuai dengan *headline* yang ada di rubrik-rubrik tersebut.

Dalam sebuah media massa sendiri pasti ada yang mengatur dan bertanggung jawab di perusahaan dan ada juga yang bertanggung jawab di redaksinya. Manajemen media massa secara umum terbagi menjadi dua bagian besar, yaitu bagian redaksi dan perusahaan. Redaksi membawahi semua kegiatan yang berhubungan dengan produk, yaitu berita. Mulai dari perencanaan peliputan, pencarian berita, pengolahan data, perancangan halaman dan *layout*.

Menurut Tommy (2009), manajemen yaitu proses khas, terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Sedangkan redaksi adalah bagian atau sekumpulan orang dalam sebuah organisasi perusahaan media massa (cetak, elektronik, *online*) yang bertugas untuk menolak atau mengizinkan pemuatan sebuah tulisan atau berita melalui berbagai pertimbangan, di antaranya ialah bentuk tulisan berupa berita atau bukan, bahasa, akurasi, dan kebenaran tulisan (Manulang, 1990).

Sehingga manajemen redaksi dapat diartikan sebagai proses kegiatan yang dilakukan berdasarkan tugasnya oleh antar individu saling berketerkaitan antara satu dengan lainnya. Pada media massa setiap individunya mengerjakan tugasnya masing-masing, dari menentukan berita yang akan dimuat, mencari dan mengolah berita, dan menyebarluaskan beritanya kepada khalayak. Selain itu evaluasi dari sebuah media untuk mencapai tujuan tersebut.

Oleh sebab itu, manajemen redaksi yang teratur dan terarah sangatlah penting. Manajemen redaksi sendiri terkait erat dalam hal proses pembuatan informasi atau berita hingga berita siap terbit. Tentunya, hal ini menyangkut informasi atau berita mana yang layak muat atau pun tidak. Kelayakan informasi atau berita yang dimuat atau tidak kembali kepada kebijakan dari seorang manager atau dalam bahasa manajemennya ialah pengambil keputusan.

Maka dari itu media memerlukan strategi untuk bertahan dalam persaingan media online di era digitalisasi sekarang ini. Menghindari pengambilan keputusan informasi atau berita yang asal karena strategi yang tidak tepat dan kebijakan redaksi yang salah kaprah, yaitu tidak mementingkan lagi isi suatu informasi atau berita. Sedangkan informasi atau berita adalah unsur terpenting dalam aktivitas media. Padahal tidak ada aktivitas jurnalistik tanpa berita.

Strategi adalah suatu cara atau taktik yang digunakan untuk menunjukkan keunggulan dan kekuatan perusahaan atau organisasi dalam mencapai suatu tujuan (Senja Nilasari, 2014). Sedangkan persaingan adalah proses sosial yang melibatkan individu atau kelompok yang saling berlomba dan berbuat sesuatu untuk mencapai kemenangan tertentu. Persaingan dapat terjadi apabila beberapa pihak menginginkan sesuatu yang terbatas atau sesuatu yang menjadi pusat perhatian umum (Ahmad,

2015). Persaingan yang terjadi di industri media tidak lain untuk memperebutkan khalayak sebanyak mungkin, yang implikasinya berbanding lurus dengan perolehan iklan untuk kelangsungan hidup media. Berbagai carapun dilakukan melalui penyesuaian pola isi media berdasarkan konsumsi khalayak yang disasar desain media, layout, perencanaan dan penjadwalan juga bisa saja merefleksikan keinginan pengiklannya.

Dunia media digital seperti yang dikenal saat ini ibarat sedang mengarungi suatu lautan literasi baru, di mana sekarang mungkin masih sedang mengejanya. Dunia digital sudah mulai terjadi sejak satu dua dekade lalu, dan pada saat sama ada pertumbuhan alat penerima komunikasi yang semakin canggih (Ignatius, 2014).

Beberapa institusi media dewasa ini mengembangkan jurnalisme online dalam kegiatan sehari-hari. Hampir seluruh media sekarang, memberikan berita secara online menjadi hal yang mesti dilakukan dan tidak bisa ditawar-tawar lagi. Mengingat semua media saat ini sudah memiliki versi online yang dapat diakses oleh user dari seluruh penjuru dunia. Artinya, jika media tidak memperbarui versi online yang mereka miliki, bisa dikatakan mereka ketinggalan dengan media lain, baik dalam pemuatan berita, maupun inovasi penyesuaian dengan perkembangan teknologi media mutakhir.

METODE

Dalam penelitian ini, untuk dapat menguraikan suatu permasalahan yang ada harus digunakan pendekatan-pendekatan tertentu, dalam membahas permasalahan ini menggunakan penelitian kualitatif, yang di dalam penelitian ini kualitas menunjuk pada segi alamiah yang dipertentangkan dengan kuantum atau jumlah. Atas dasar pertimbangan itulah peneliti menggunakan penelitian kualitatif (Rachmat, 1996).

Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai sifat-sifat atau fakta-fakta yang berhubungan dengan fenomena yang diselidiki. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen redaksi radardepok.com dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi.

Untuk mengetahui keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis triangulasi sumber. Karena penelitian ini perlu adanya pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data yang diperoleh dengan mewawancarai key informan dan informan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis penelitian ini akan dibahas hasil penelitian strategi manajemen redaksi radardepok.com dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi yang berdasarkan kepada perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi yang dilakukan oleh radardepok.com.

Perencanaan Liputan

Tahap perencanaan manajemen Redaksi radardepok.com melaksanakan rapat yang dihadiri oleh pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, dan redaktur dari delapan bidang yang berbeda. Rapat tersebut dilaksanakan pada malam hari, Pukul

22:00 WIB melalui group Whatsapp. Sebelum rapat dibuka, redaktur pelaksanaan terlebih dahulu sudah mendapatkan sebuah isu berita yang didapatkannya dengan pertimbangan perkembangan berita saat itu untuk diangkat menjadi sebuah berita di radardepok.com.

Redaktur pelaksana membagikan isu tersebut ke group WhatsApp untuk berdiskusi dan menanyakan pendapat dari seluruh anggota mengenai berita tersebut. Seluruh anggota rapat akan memberikan pendapatnya masing-masing. Setelah disepakati untuk mengangkat berita tersebut, langkah selanjutnya adalah redaktur dari masing-masing bidang memberikan tugas kepada wartawan untuk mencari, mengumpulkan, mengolah berita yang sedang diperbincangkan. Selama bertugas di lapangan, pada pukul 10.00 WIB, wartawan dipantau oleh redaktornya masing-masing mengenai tugas yang diberikan telah dilaksanakan atau tidak.

Pengorganisasian Liputan

Pada tahap pengorganisasian, Manajemen radardepok.com yang memegang peran penting, terbentuk atas tugas dan jabatan masing – masing yang didalamnya terdapat pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur dan wartawan. Pengorganisasian dapat dilakukan dengan cara tugas apa yang harus dikerjakan, siapa yang mengerjakan, bagaimana tugas-tugas tersebut dikelompokkan, siapa yang bertanggung jawab atas tugas tersebut pada media online radardepok.com.

Redaktur pelaksana yang bertugas mengkoordinir seluruh kegiatan keredaksian, memberikan tugas kepada redaktur dari masing-masing bidang atau rubrik yang ada di media online radardepok.com, yaitu rubrik berita utama, metropolis, satelit, pendidikan, olahraga, politika, ekbis & hiburan serta ruang publik. Selanjutnya, redaktur menugaskan kepada wartawan dalam delapan bidang atau rubrik tersebut. Wartawan bertugas untuk mencari, mengumpulkan, dan menyusun berita yang didapatkannya di lapangan. Kemudian, wartawan memberikan hasil kerjanya kepada redaktur. Redaktur bertugas mengedit dan mengolah hasil kerja wartawan seperti memperbaiki bentuk penulisan yang sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik.

Pelaksanaan Peliputan

Pada tahap pelaksanaan melibatkan semua anggota di manajemen radardepok.com untuk menjalankan tugasnya dan tanggung jawab nya masing-masing. Selain itu pelaksanaan dalam manajemen redaksi merupakan tahapan yang sangat penting dalam proses kerja redaksi, karena dengan adanya pelaksanaan atau tindakan, proses pencarian materi berita pada bidang redaksi yang diawali dengan peliputan. Wartawan yang bertugas di lapangan juga dipantau oleh redaktur yang sesuai dengan bidangnya. Apabila ada hambatan, wartawan menghubungi redaktornya yang kemudian redaktornya akan berkoordinasi dengan redaktur pelaksana sampai hambatan tersebut dapat terlaksana. Berikut proses penyajian berita dari redaksi radardepok.com :

- a. Pencarian informasi liputan yang didapatkan dari penugasan oleh redaktur pelaksana, dan koordinator peliputan, atau juga yang didapat dari media

- sosial. Kemudian melakukan terjun langsung ke lapangan untuk meliput dan mencari narasumber yang berhubungan dengan peristiwa tersebut.
- b. Merangkai informasi dan berita wartawan dapat mengolah dan menjadikannya lebih dari satu angle berita yang menarik dan menyangkut kepentingan publik. berita tersebut sesuai ketentuan atau kriteria penulisan yang ada di radardepok.com, berita yang dituliskan atau yang dilaporkan harus dengan bahasa yang jelas, singkat dan mengandung unsur 5W+1H.
 - c. Setelah di buat. berita tersebut lalu dikirimkan ke redaktur untuk diedit terlebih dahulu kemudian berita itu di *publish*.

Evaluasi

Evaluasi dalam media massa sangatlah peting. Jika pengawasan itu tidak dilaksanakan, tentunya fungsi dan tahap yang lain tidak akan berjalan secara maksimal. Pengawasan pada redaksi radardepok.com sangat penting agar kerjasama terjalin dan hubungan antar staf satu sama lain tetap berhubungan dengan baik, serta menjadi media yang lebih baik dan mengerti apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Pada tahap evaluasi atau pengawasan ini manajemen radardepok.com, yaitu redaktur pelaksana dalam merancang pemberitaan, lebih menekankan kepada seluruh anggota untuk mengembangkan isu-isu pemberitaan mengenai berita untuk di rubrik utama, namun tidak juga melupakan isu-isu berita yang lain, hal tersebut dilakukan mengingat radardepok.com minat bacanya adalah mengenai rubrik berita utama. Selain itu, redaktur pelaksana selalu mengingatkan kepada bawahannya dalam pencarian dan penulisan berita harus sesuai dengan kode etik jurnalistik.

Evaluasi dilakukan pada pukul 16.00 WIB di ruang rapat redaksi radardepok.com, lantai tiga. Pada tahap evaluasi ini, redaktur pelaksana menanyakan tugas-tugas yang direncanakan dan ditetapkan pada pagi hari, mengevaluasi saat pelaksanaan dilakukan, semua berita yang telah dicari, dikumpulkan dan di olah oleh wartawan yang kemudian diedit oleh redaktur untuk di publish ke media online radardepok.com. Evaluasi disini tidak hanya membahas seluruh kegiatan dari tahap pengorganisasian hingga ke tahap pelaksanaan.

Namun, membahas hasil kerja sebelumnya yang telah dikerjakan, apakah berita tersebut masih ada kesalahan atau tidak. Media online memiliki kelebihan bisa dibaca berulang kali, kapan saja dan dimana saja, dengan membuka berita tersebut menggunakan komputer atau smartphone yang memiliki akses internet untuk memilikinya. Media online radardepok.com juga memiliki keunggulan dibandingkan media lainnya. keunggulan yang di miliki radardepok.com adalah kredibilitas, kepercayaan khalayak terhadap informasi yang diberitakan oleh radardepok.com. Setiap informasi atau pemberitaan dari radardepok.com menjadi pertimbangan dan pengaruh bagi pihak-pihak terkait atau stakeholder, karena informasi dan berita yang di publikasikan oleh radardepok.com akurat dan disertai dengan konteks yang tepat.

Setiap media pasti mempunyai kekurangan masing – masing, misalnya kekurangan eksternal atau kekurangan internal, radardepok.com juga memiliki kekurangan yaitu sumber daya manusia pada wartawan radardepok.com.

Strategi manajemen yang dilakukan redaksi radardepok.com dalam menghadapi persaingan saat ini, pertama dengan menjaga kredibilitas. Kedua ialah

menempatkan kecepatan dan kehati-hatian itu sama levelnya. Karena selama ini, radardepok.com hanya mengedepankan kehati-hatian ketimbang kecepatan. Ketiga, berita yang berimbang atau netral, tidak bombastis dan berisi informasi yang dibutuhkan publik.

PEMBAHASAN

Berdasarkan pembahasan diatas, bahwa radardepok.com dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi melakukan beberapa fungsi manajemen yang dapat berpengaruh besar dalam mendukung strategi manajemen redaksi radardepok.com terutama dalam melakukan kegiatan mengelola berita. Sehingga dapat menghasilkan suatu produk (berita) yang baik, siap akses tepat waktu, dan tentunya akan memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan khalayak.

Selain itu radardepok.com juga akan menjaga kredibilitas, melakukan kecepatan dan kehati-hatian untuk menjadikan level yang sama dalam mengelola berita, serta selalu memegang teguh 3 prinsip, yaitu Undang- Undang (UU) 40 tahun 1999 tentang Pers, Kode Etik Jurnalistik yang diatur dalam peraturan Dewan Pers tahun 2006, dan berdasarkan Pedoman Media Siber dalam strategi yang akan dilakukan radardepok.com dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi.

SIMPULAN

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, setelah mendeskripsikan dan menganalisa pada bab sebelumnya, maka dalam bab ini peneliti menarik kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah peneliti terhadap strategi manajemen redaksi media online radardepok.com. Strategi manajemen redaksi yang efektif didukung oleh sumber daya manusia (SDM) yang mampu memberikan pengaruh positif terhadap eksistensi media online (Cholis dan Dian, 2018). Maka dari itu diperlukan adanya sebuah manajemen pers atau kelembagaan (redaksional) yang diarahkan pada penentuan strategi manajemen redaksi berguna untuk memajukan dan mengembangkan media tersebut seperti misalnya meningkatkan jumlah pengunjung serta memuat konten-konten yang lebih berkualitas.

Media online radardepok.com memiliki 8 rubrik yaitu rubrik berita utama, metropolis, satelit, pendidikan, olahraga, politika, ekbis & hiburan serta ruang publik. Di dalam rubrik ruang publik, terdapat kreasi baru yang diluncurkan oleh radardepok.com yaitu Radar TV guna nya untuk mewadahi anak muda dalam membuat karya seputar informasi-informasi seputar Kota Depok yang berbentuk video.

Dalam Proses pengelolaan berita dalam penerapan strategi manajemen redaksi dilakukan oleh bidang redaksi yang diawali dengan tahap perencanaan, Perencanaan, Pengorganisasian Pelaksanaan, dan Evaluasi atau Pengawasan Hasil Liputan. Dalam perencanaannya radardepok.com untuk mencari berita memulai dari menentukan sebuah ide atau isu-isu tentang apa yang bisa di kembangkan hal-hal yang menarik dan menyangkut kepentingan publik.

Kemudian pembagian tugas siapa yang akan meliput dan mengemas informasi atau peristiwa tersebut dengan melakukan terjun langsung ke lapangan

untuk meliput dan mencari narasumber yang berhubungan dengan peristiwa tersebut. Setelah mendapatkan data informasi lalu menyajikan dan mengembangkan berita yang menarik dan menyangkut kepentingan publik berdasarkan tiga prinsip yang dianut radardepok.com.

Media online radardepok.com selalu mengevaluasi proses dari produksi berita hingga berita dipublikasikan, agar tidak ada berita yang salah dan jika ada kesalahan, radardepok.com melakukan pengeditan berita, merevisi atau meralat, itu selalu disertai dengan pengakuan bahwa kami telah melakukan pembetulan.

Setelah proses manajemen redaksi dilaksanakan secara beruntutan, maka dari situlah strategi manajemen redaksi dapat diterapkan sebagai langkah untuk persaingan dengan media online lokal lainnya. Strategi manajemen redaksi radardepok.com dalam menghadapi persaingan di era digitalisasi, diantaranya adalah menjaga kredibilitas berita, menempatkan kecepatan dan kehati-hatian pada level yang sama, serta menjaga prinsip-prinsip yang dianut oleh radardepok.com yaitu Undang-Undang (UU) 40 tahun 1999 tentang Pers, Kode Etik Jurnalistik yang diatur dalam peraturan dewan pers tahun 2006, dan berdasarkan Pedoman Media Siber.

DAFTAR PUSTAKA

- Cholis, Nur., Wardiana, Dian. (2018). *Manajemen Strategi Redaksi dan Bisnis Koran Olahraga Top Skor Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online di Era Konvergensi Media*. Kajian Jurnalisme Volume 01 Nomor 02. <http://Jurnal.Unpad.Ac.Id/Kajian-Jurnalisme>.
- Haryanto, Ignatius. (2014). *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Abad 2*. Jakarta: Kompas.
- Kriyantono, Rachmat. (1996). *Teknik Riset Praktis Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Manulang, M. (1990). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Moh. (2005). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nilasari, Senja. (2014). *Manajemen Strategi Itu Gampang*. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Rumata, Vience Mutiara. (2018). *Digitalisasi dan Eksistensi Media Cetak (Studi Kualitatif Majalah Go Girl dan Harian Suara Pembaharuan)*. Jurnal Komunikologi, Volume 15 Nomor 2.
- Susanto, Ahmad. (2015). *Bimbingan & Konseling di Taman Kanak-Kanak*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Tommy, Suprpto. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*.
Yogyakarta: Medpress.

Undang- Undang (UU) Nomor. 40 tahun 1999 tentang Pers.