

## Media Sosial Sebagai Sumber Berita Alternatif

1<sup>st</sup> Syukri Rahmatullah<sup>a</sup> ; 2<sup>nd</sup> Retna Eni Dwi Yulianti<sup>b</sup>

<sup>a</sup> 1<sup>st</sup> Indonesia, syukri.rahmatulkah@students.paramadina.ac.id, Universitas Paramadina Jakarta  
<sup>b</sup> 2<sup>nd</sup> Indonesia, [retna.yulianti@students.paramadina.ac.id](mailto:retna.yulianti@students.paramadina.ac.id), Universitas Paramadina Jakarta

Diterima: 27 Juni 2022; Diperbaiki: 27 Oktober 2022; Disetujui 31 Oktober 2022

### Abstract

Journalism is currently growing and developing with digital media. Social media platforms on the news can be used as news providers. Tiktok, Twitter, Facebook and Instagram are social media used in digital news. This study aims to determine the extent to which the role of social media Tiktok, Twitter, Facebook and Instagram is more accepted than conventional media in the news portals Kompas.com, Tempo.co and Republika.co.id. The online portals that are the object of research are Kompas.com, Tempo.co and Republika.co.id. This study uses a qualitative method. Researchers observed the use of social media on Kompas.com, Tempo.co and Republika.co.id. Furthermore, the researchers dig up information by interviewing the editors of Kompas.com, Tempo.co and Republika.co.id. The findings in this study conclude that Tiktok, Twitter, Facebook and Instagram are more accepted than conventional print media. The comment column is the most favorite thing for readers of the Kompas.com, Tempo.co and Republika.co.id portals on their respective social media. Using social media impacts that the news is getting closer to the community, not at the whole level, but the news can be enjoyed egalitarian.

### Abstrak

Kini jurnalisme tumbuh dan berkembang bersama media digital. Platform media sosial pada berita telah digunakan sebagai sumber berita. Sebut saja Tiktok, Twitter, Facebook dan Instagram adalah diantara media sosial yang sering digunakan sebagai sumber berita digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana peran media sosial Tiktok, Twitter, Facebook dan Instagram lebih diterima dibandingkan media konvensional di portal berita Kompas.com, Tempo.co dan Republika.co.id. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Peneliti mengamati penggunaan media sosial pada Kompas.com, Tempo.co dan Republika.co.id. Selanjutnya peneliti menggali informasi dengan mewawancarai redaktur Kompas.com, Tempo.co dan Republika.co.id. Temuan dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa Tiktok, Twitter, Facebook dan Instagram lebih diterima daripada media cetak konvensional. Kolom komentar menjadi hal terfavorit bagi pembaca portal Kompas.com, Tempo.co, dan Republika.co.id di media sosial masing-masing. Penggunaan media sosial berdampak pada penerimaan berita semakin dekat terhadap masyarakat, meski tidak secara keseluruhan, tetapi berita dapat dinikmati secara egaliter.

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

Sitasi: Rahmatullah, S., Yulianti, R., E., D., (2022), Media Sosial Sebagai Sumber Berita Alternatif, *Jurnal Studi Journalistik*, (4), 2, 1-18, doi 10.15408/jsj.v4i2.28966

**Permalink/DOI:** <https://doi.org/10.15408/jsj.v4i2.28966>

## A. PENDAHULUAN

Ekspansi media sosial saat ini berdampak pada setiap industri, termasuk jurnalisme, yang saat ini sedang bertransisi secara signifikan menuju jurnalisme digital *online*. Untuk mengembangkan dan menciptakan media baru, teknologi digital internet dapat menghasilkan berita di portal web. Selain itu, konsumen atau pembaca berita tumbuh untuk lebih menyukai kepuasan langsung saat mengonsumsi berita. Membuat konsumen berita menjadi pembaca yang berdedikasi juga menjadi masalah yang lebih sulit. Portal *online* Indonesia semakin kompetitif baik dari segi kuantitas maupun kualitas (Arifin, 2013).

Dewan Pers dalam rilis informasi data yang dimiliki dalam pengembangan portal berita online sebanyak 1.647 merek portal *online* telah terdaftar di Indonesia, namun belum semuanya terdaftar atau diverifikasi dewan pers, kurang lebih hanya 85 yang terverifikasi dan 169 yang terverifikasi secara administratif (Dewan Pers, 2020). Media *online* harus melakukan bagiannya untuk menyebarkan kesadaran ke seluruh Indonesia (Setiawan, 2020). Untuk informasi tentang perubahan sosial politik terbaru di wilayah mereka, konsumen berita semakin beralih ke blog jejaring sosial (Allgaier et al., 2013). Media sosial telah menjadi sumber informasi yang dipuja dan kemudian dibaca dengan seksama oleh para jurnalis. Mereka melewati platform digital dan segera menyebarkan informasi dengan menggunakan media sosial.

Saat ini, portal berita online membuat layanan berita melalui platform media sosial selain situs web resmi, aplikasi seluler, dan web. *Tiktok*, *Twitter*, *Facebook*, dan *Instagram* adalah beberapa media yang digunakan. Situs berita juga mengikuti pola tren *tiktok* untuk jangkauan *audiens* yang

maksimal. Jurnalisme yang relevan dan faktual dihasilkan oleh khalayak baik pembuat berita maupun konsumen, masyarakat juga memiliki kemampuan untuk saling berbagi pengetahuan secara cepat dan faktual, akibatnya, portal web sering menerima berita dari masyarakat umum. Oleh karena kolaborasi konten ini, kantor berita menambah nilai jurnalisme, membuatnya menonjol dari kompetisi (Mersey et al., 2010). Melalui platform digital dan media sosial *online*, ketiga portal berita online *kompas.com*, *Tempo.com*, dan *Republika.co.id* dikaji dalam penelitian ini. Ketiga portal tersebut juga memiliki media sosial, yaitu platform *tiktok*, *twitter*, *facebook*, dan *instagram*. Kami akan membahas bagaimana media sosial digunakan pada portal berita *kompas.com*, *tempo.com*, dan *republika.co.id* dalam penelitian ini.

## B. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi akun media sosial *kompas.com*, *tempo.com*, dan *republika.co.id*. Selanjutnya peneliti menggali informasi dengan melakukan wawancara terhadap redaktur *kompas.com*, *tempo.com*, serta *republika.co.id*. Analisis dilakukan dengan teknik komparatif deskriptif guna mendapatkan perbandingan yang menonjol atas fenomena yang diperoleh di lapangan.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Jurnalistik Online

Melalui pemanfaatan blog dan media sosial, jurnalisme digital online meningkatkan dan

mengembangkan jurnalisme di masyarakat. Berkat media sosial dan layanan internet, siapa pun kini dapat bekerja sebagai jurnalis dengan mengumpulkan informasi dan melaporkan kejadian (Syamsul & Romli, tanggal tidak diketahui). Jurnalisme *online* memiliki kualitas unik yang membedakannya dari bentuk jurnalisme lainnya, dan juga memiliki beberapa manfaat (Foust, 2011).

#### 1. Kontrol pembaca

Sebagai alat kontrol. Pengguna dan pengunjung berita *online* didorong untuk membaca apa yang mereka inginkan. Pembaca dapat dengan cepat dan mudah beralih dari satu sumber berita ke sumber berita *online* lainnya atau di antara beberapa layanan berita *online*.

#### 2. Tidak linier

Setiap artikel jurnalistik yang dimuat di internet tidak ada kaitannya dengan berita lama, sehingga materinya selalu kekinian. Hal ini jelas berbeda dengan paradigma berita yang tidak berbasis *online* atau digital.

#### 3. Penyimpanan dan Pengambilan.

Layanan jurnalistik *online* membuat arsip berita yang telah dipublikasikan. Arsip berita yang terdokumentasi dapat diakses kembali untuk dibaca kapan saja dan dimana saja.

#### 4. Ruang penyimpanan tidak terbatas.

Jurnalisme *online* memungkinkan jumlah pesan dan informasi yang diterbitkan dalam jumlah yang relatif tak terbatas, serta karakter, kata, frase, bahkan kalimat lengkap. Hal ini berbeda dengan media cetak yang memiliki batasan terkait dengan biaya produksi dan dibatasi oleh jumlah halaman dan memberikan informasi yang komprehensif.

#### 5. Kedekatan.

Media informasi yang bergerak cepat juga memiliki efek positif terhadap berita yang

dihasilkan wartawan dengan memungkinkan akses dan penyebaran informasi yang cepat oleh konsumen berita.

#### 6. Fungsi multimedia.

Jurnalisme multimedia sekarang sedang dikembangkan agar masyarakat dapat merasakan berita yang disertai dengan opsi video dan audio. Hal ini menunjukkan kegunaan dan keunggulan layanan berita digital.

#### 7. Interaktivitas.

Jurnalisme *online* memudahkan pembaca untuk berpartisipasi dalam meninjau atau mengomentari konten yang telah dibaca sebelumnya. Layanan ini bertindak sebagai ahli berita yang menyelidiki dan memverifikasi keakuratan berita yang sedang beredar.

### Media Sosial

Menurut Shirky, media sosial adalah alat atau setting yang menawarkan ruang untuk meningkatkan kemampuan. Semua elemen yang memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang dapat digabung untuk menciptakan sesuatu yang institusional dan kolektif. Menurut pendapat para ahli terminologi media sosial Nasrullah dalam bukunya, media sosial, terlepas dari semua kelebihan dan kekurangannya, menawarkan kepada pengguna platform untuk menampilkan diri, platform untuk interaksi, dan platform untuk komunikasi dengan komunitas global. Perubahan yang meluas ini berdampak signifikan pada cara kita berkomunikasi baik secara pribadi maupun publik (Quesenberry, 2019)

### Portal berita Online

Halaman web atau situs web tentang beberapa kategori berita adalah portal berita *online*. Situs berita menawarkan kelebihan dan kekurangan (Romli, 2018). Keunggulan

*multimedia* portal berita *online* termasuk kemampuannya untuk memuat materi secara bersamaan dalam format teks, audio, video, dan gambar. Untuk kemudahan dan kecepatan penyajian, berita adalah suatu pemutaran yang memuat informasi aktual pada saat berita tersebut diterbitkan oleh publik atau diunggah dan dapat dilihat oleh publik pada saat itu. Informasi dapat diproduksi dan digunakan dengan cepat. Halaman web dengan banyak ruang dapat menampung naskah yang panjang, karena sifatnya yang adaptif, maka pembacaan dan penyuntingan naskah dapat dilakukan pada waktu dan lokasi yang berbeda dengan menggunakan berbagai layanan publikasi (*update*) melalui internet yang dapat diakses dari mana saja di dunia. Bagian komentar yang interaktif memungkinkan pengguna untuk memberikan umpan balik tentang isi pesan.

Informasi yang diunggah akan diarsipkan dan dapat diakses melalui fungsi pencarian, koneksi ke artikel dan sumber reguler, dan sumber relevan lainnya. Kelemahan portal berita online, bagaimanapun, meliputi: ketergantungan pada teknologi dan konektivitas ke internet, karena dapat dimiliki dan dikelola oleh siapa saja tanpa keterampilan menulis, informasi diambil dari situs web lain. Dengan mengorbankan akurasi berita karena begitu cepat tersebar, maka seringkali kurang akurat dibandingkan dengan berita yang dilaporkan pada media cetak.

## Pembahasan

### Media sosial lebih diterima dibanding media konvensional

Portal berita yang diteliti dalam penelitian ini antara lain Kompas.com, Tempo.co, dan Republika.co.id. Media sosial digunakan oleh ketiga media yang menganut

cita-cita jurnalisme online sebagai semacam proses jurnalistik dan sebagai sarana komunikasi pemasaran digital. Untuk bekerja di bidang media ekologis, seseorang harus menggunakan media sosial. Hal ini meningkatkan persaingan antar media, tidak hanya mempengaruhi media tradisional tetapi juga meningkatkan media digital populer. Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan Tik Tok termasuk di antara tiga situs berita media sosial.

Tabel 1. Data Sosial Media Kompas.com

Sosial Media	Kompas.com	
	Followers	Post
IG	1.7M	21K
FB	10.5M	
Youtube	1.51M	22K
Twitter	8.4M	2.1M
Tiktok	2.1M	21M (Likes)

Sumber: Olah Data Primer

Metode kedua yang digunakan portal berita untuk mendistribusikan berita kepada audiensnya adalah media sosial. Masyarakat khususnya tertarik menggunakan media sosial untuk mencari informasi, sesuai dengan data di atas. Bahkan halaman facebook Kompas.com memiliki 10,5 juta pengikut, jumlah yang cukup besar menurut standar media sosial, bahkan platform hiburan tiktok dengan 2,1 juta pengguna telah berkembang menjadi alat komunikasi untuk akun twitter 8,4 juta pengguna.

Tabel 2. Data Sosial Media Tempo.co

Sosial Media	Tempo.co	
	Followers	Post
IG	882K	15.2K
FB	2.5M	
Youtube	197K	5.9K
Twitter	2M	1M
Tiktok	916.2K	8.3M (Likes)

Sumber: Olah Data Primer

Gambar 2. Tampilan Facebook Tempo.co



Tabel 3. Data Sosial Media Republika.co.id

Sosial Media	Republika.co.id	
	Followers	Post
IG	246K	21K
FB	557K	
Youtube	11.5K	3.9K
Twitter	1.8M	1.8M
Tiktok	4.1M	2.3M (Likes)

Sumber: Olah Data Primer

Gambar 1. Tampilan Instagram Kompas.com



Menurut temuan peneliti dari wawancara mereka dengan pengguna media sosial yang bekerja sebagai editor portal *online*, orang menggunakan media sosial tidak hanya untuk mencari informasi tetapi juga sebagai platform untuk mengungkapkan pendapat, memberi saran, dan mengkritik orang lain demi kepentingan diri sendiri, perbaikan. Bahkan jika pengikut atau administrator akun lainnya belum menanggapi komentar, bagian komentar berfungsi sebagai platform untuk berbagi. Dapatkan sumber berita dari kolom yang jauh dari editor komentar pada sosial media berita portal *online*.

Tugas seorang jurnalis saat meliput berita untuk sebuah media dievaluasi dan dikontrol pekerjaan mereka oleh kepatuhannya pada standar Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Kewajiban seorang jurnalis sebagai seorang profesional harus dijalankan sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik, khususnya yang menyangkut sumber berita media sosial. Seorang jurnalis harus bisa menilai kesalahan secara adil, tanpa menggabungkan fakta dan opini yang menghakimi, selain mematuhi kode etik yang berlaku. Tafsir (Nuraeni, 2017).

### Kolom komentar ruang interaksi media digital portal berita online

Berbagai fungsi yang dipublikasikan oleh *platform* media sosial merupakan bagian dan atau mengandung unsur kegiatan jurnalisme. Ketika terjadi perselisihan dalam masyarakat digital antara teknologi baru dan etika dan norma masyarakat, media sosial dalam pelaporan portal platform online seringkali menjadi ruang diskusi yang informatif dan interaktif. Anggapan bahwa jurnalis telah memanfaatkan dan masih menggunakan etika dan norma untuk dimasukkan dan dinormalisasi dalam pemberitaan didukung oleh sejumlah penelitian. Di sisi lain, ruang lingkup pengaruh budaya media sosial berdampak pada ruang redaksi dalam kaitannya dengan standar etika jurnalistik yang menjunjung

tinggi pendekatan yang adil, profesional, dan dapat dipercaya (Newman, 2009). Media sosial dapat memperhitungkan peran jurnalis sebagai penjaga gerbang kebijaksanaan konvensional dan memoderasi percakapan publik.

Hal ini sesuai dengan pengamatan Deuze bahwa jurnalis tidak dapat mengontrol arus informasi di arena digital publik. Sebaliknya, mereka sering kalah dengan pendapat banyak publik dan sejumlah kecil suara (Deuze, 2008). Evolusi portal internet memiliki berbagai efek pada praktik kerja jurnalis, budaya tempat kerja, dan interaksi dengan komunitas media sosial. Dalam ekonomi digital yang berubah di mana nilai produsen dan konsumen telah hilang, mereka berada di ruang kerja. Sehingga tidak ada lagi sumber informan, khalayak, dan jurnalis produser berita bagi jurnalis profesional yang membuat berita (Singer, 2008:75). Teknologi saat ini telah mengubah kemajuan teknologi sebelumnya. Akibatnya, penyebaran informasi berita di era tradisional dan era digital berbeda. Televisi dan radio adalah produk yang lebih tua dari produk digital, sehingga berkembang dan berubah. Penggunaan situs media sosial seperti Facebook dan Twitter untuk jurnalisme menderikan platform ini, dan kemungkinan besar akan digunakan oleh orang lain atau tertanam dalam lanskap media (Hermida, 2012). Memanfaatkan media untuk menghubungkan berbagai bentuk media dan mencari sumber berita. Cara tercepat dan termudah untuk mendapatkan berita adalah melalui media sosial, berkat tempo.co dan republika.co.id.

Portal berita online menggunakan media sosial untuk mengumpulkan ide-ide berita yang kemudian diteruskan kepada pembaca. Pembaca membutuhkan informasi dan merasa terhubung dengan berita. Melalui pengumpulan informasi, kritik informasi, dan kritik informasi, media sosial menciptakan pola kerja dan informasi. Wartawan

mengakui keunggulan berita media sosial. Bertanggung jawab kepada publik memiliki manfaat membuat jurnalis bertanggung jawab berkat pengakuan media sosial. Namun, pandangan publik biasanya negatif karena jurnalis biasanya menghargai kecepatan di atas akurasi saat melaporkan berita. Kemampuan media sosial untuk berbagi berita membantu pekerjaan jurnalis, meskipun masih diperdebatkan apakah media sosial berpengaruh pada profesionalisme dan jurnalisme secara keseluruhan (Weaver & Willnat, 2016). Informasi yang ingin disampaikan oleh operator media kepada pembaca tidak lagi terbatas pada berita, artikel, dan bentuk informasi lainnya. Mereka juga mempengaruhi penggunaan portal berita, berita yang disediakan, dan partisipasi mereka dalam keputusan penting yang mempengaruhi portal berita online, meskipun faktanya mereka bukan kumpulan individu yang pasif.

Pilihan publik tidak bisa dilakukan secara langsung dalam pengelolaan portal media online dalam praktik jurnalistik. Bagi perusahaan periklanan, interaksi pembaca dengan audiens meningkatkan pendapatan (Arifin, 2013). Kelompok media yang ditargetkan diwakili oleh media sosial, menurut diskusi dengan editor dari tiga portal berita, bahwa tidak hanya berita dari portal berita, tetapi juga informasi dari organisasi media sebagai media booster. Media sosial alternatif untuk pemasaran interaktif portal. Melalui profil media sosial, grup media juga meluncurkan kampanye lintas promosi, selain itu, kehadiran media sosial menghasilkan pendapatan untuk sektor media secara keseluruhan dan memiliki banyak pengikut di akun media sosial membantu perusahaan menghasilkan lebih banyak pendapatan. Hal tersebut karena pengikut atau *followers* yang besar maka akan berikan penghasilan Google AdSense untuk akun youtube.

Pendanaan media saat ini tidak hanya berasal dari media tradisional tetapi meningkat dari platform digital seperti media sosial. Pertumbuhan media sosial menunjukkan bahwa mereka harus beradaptasi dengan apa yang dituntut pasar. Tik Tok adalah platform jejaring sosial yang populer. Dalam platform tiktok Masyarakat dapat menemukan berbagai macam hiburan seperti tarian dan musik. Tarian dan kemampuan artistik lainnya dapat digunakan oleh pemain atau pengguna akun tiktok untuk mengekspresikan ide-ide kreatif. Tik tok dapat digunakan untuk menyampaikan berita yang kaku dan serius sekaligus menghasilkan berita yang lebih ringan dan trendi. sehingga individu dapat menikmati aspek yang diinginkan kelompok, meskipun kaku dan membosankan. Akun Kompas.com di platform media sosial Tik Tok memiliki 2,1 juta pengikut, seperti terlihat pada tabel di atas. Dengan kaburnya garis antara berita dan hiburan, jurnalisme menjungkirbalikkan konvensi jurnalistik, mengubah cara berita diproduksi dan didistribusikan, dan mengubah apa artinya menjadi "berita" (Tandoc & Jenkins, 2017). Praktik jurnalisme yang mapan tidak bisa dilepaskan dari kecenderungan baru ini, yang penting. Faktanya, sejumlah portal berita online yang signifikan telah meninggalkan batas jurnalisme tradisional dengan menambahkan konten viral dari media sosial, beralih dari teori korupsi ke pelaporan yang lebih mendalam (Tandoc, 2018).

#### D. KESIMPULAN

Selain mempromosikan jurnalisme itu sendiri, kemunculan berita melalui media sosial di portal web telah mempromosikan jurnalisme di masyarakat. Dalam keadaan seperti ini, publik dapat menelaah berita yang berkembang dan menyebar. Mereka semua tumbuh dan berkembang bersama jurnalis yang transparan dan menjadi ruh informasi

yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas, baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu, organisasi media yang berkembang pesat di pasar yang kejam dapat memperoleh keuntungan finansial dari platform media sosial yang dikelola oleh portal internet. Media sosial, yang digunakan dalam berita melalui portal web, menjaga arus informasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Allgaier, J., Dunwoody, S., Brossard, & 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>
- Dewan Pers. (2020). ETIKA MENJAGA DAN MELINDUNG KEMERDEKAAN PERS. *BERITA DEWAN PERS*, 11(November), 1–12.
- 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>
- 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. S. (2011). ONLINE JOURNALISM: PRINCIPLES AND PRACTICES OF NEWS FOR THE WEB (3rd ed.). Routledge. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1080/19312430802418220>
- Nuraeni, R. (2017). PERAN MEDIA SOSIALDALAM TUGAS JURNALISTIK. JURNAL ILMIAH LISKI (LINGKAR STUDI OMUNIKASI), 3(1), 43-58. <https://doi.org/10.25124/LISKI.V3I1.806>
- 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>
- Romli, A. S. (2018). JURNALISTIK ONLINE: PANDUAN MENGELOLA MEDIA ONLINE (3rd ed.). Penerbit Nuansa Cendekia.
- Setiawan, A. (2020). MEDIA ONLINE PERLUBERBENAH. Medcom.Id. [https://www.medcom.id/pilar/kolom/Wb70Wyak-media-online-perluberbenah-diri?utm\\_source=apps\\_android&utm\\_medium=share&utm\\_campaign=share](https://www.medcom.id/pilar/kolom/Wb70Wyak-media-online-perluberbenah-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)
- Quesenberry, K. (2019). SOCIAL MEDIA STRATEGY : MARKETING, ADVERTISING, AND PUBLIC RELATIONS IN THE CONSUMER REVOLUTION.
- Tandoc, 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>
- 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>
- Weaver, D., & 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>