

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A. N., & Safrizal, C. R. (2020). Untuk Siapa Reputasi Tim Kreator Konten tribun Jogja.com? (For Whom is the Reputation of The tribun Jogja.com Content Creator Team for?). *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 22(2), 169–183. <https://doi.org/10.17933/iptekkom.23.2.2021.169-183>
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Artanto, H., & Nurdiansyah, F. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, 1(2), 1–4. <https://doi.org/10.31328/jointecs.v2i1.409>
- Avicenna, F. (2021). Model Komunikasi: Literasi Informasi “trending topic” untuk Generasi Z. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 20–30. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5213>
- De-Lima-Santos, M.-F., & Mesquita, L. (2021). *In a Search for Sustainability: Digitalization and Its Influence on Business Models in Latin America*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-65860-1_3
- detik.com. (2024). *Prabowo Percayakan Kepemimpinan Jateng pada Ahmad Luthfi dan Taj Yasin*. Detik.Com. [instagram.com/p/DCJuHvGy8ZO/](https://www.instagram.com/p/DCJuHvGy8ZO/)
- Ershad, Henny Srimulyani, H., & Supriadi, D. (2012). Penerapan Prinsip Pagar Api Di Harian Radar Bandung. *Ejurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*, 1(1), 1–25. <http://journals.unpad.ac.id>
- Friedrichsen, M., & Kamalipour, Y. (2017). *Digital Transformation in Journalism and News Media*. <http://www.springer.com/series/11520>
- Geraldine, T. (2018). *Strategi produksi tim redaksi program berita iNEWS siang untuk mencapai target rating [Skripsi]*. 110.
- Hardiman, B. (2009). Kritik Ideologi, Menyikap Pertautan Pengetahuan dan Kepentingan Bersama Jurgen Habernas. In F. K. Sitorus (Ed.), *Kanisius* (Ketiga). PT KANISIUS.
- Harsono, A. (2016). *Agama Saya Adalah Jurnalisme* (F. Salam & A. R. N (eds.)). Penerbit PT Kanisius.
- Jakob Oetama. (2001). *Pers Indonesia berkomunikasi dalam masyarakat tidak tulus* (S. Sularto (ed.)). Penerbit Buku Kompas.
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh*, 16(1), 119–138. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2019). The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Krisdinanto, N. (2018). *Runtuh dari Dalam: Serangan Komersialisasi terhadap Pagar Api Jurnalistik di Indonesia*. Marjin Kiri.
- Krisdinanto, N., Apul, M. M. B., & Ritonga, R. (2024). Critical Moment for Indonesian Journalism: Disappearance of Journalistic Firewall. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(2), 92–110.

<https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4002-06>

- Lorenz, A. L., & Vivian, J. (1996). *News: Reporting and Writing*. Allyn and Bacon.
- Manik, C., Mulyani, H. S., & Kusmayadi, I. M. (2021). Penerapan Pagar Api pada Female Daily Network. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 4(2), 177. <https://doi.org/10.24198/jkj.v4i2.27156>
- McChesney, & Waterman, R. (2000). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. Urbana : University of Illinois Press.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. 24). PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Mosco, V. (2019). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: Sage Publications.
- Mudjiyanto, B., Launa, Lusianawati, H., & Rahayunianto, A. (2022). DILEMA MEDIA: Antara Kontinum Independensi dan Kuasa Bisnis. *Oratio Directa (Prodi ...)*, 4(2), 771–798. <https://www.ejurnal.ubk.ac.id/index.php/oratio/article/view/294%0Ahttps://www.ejurnal.ubk.ac.id/index.php/oratio/article/download/294/198>
- Musfialdy. (2019). Independensi Media: Pro-Kontra Objektivitas Dan Netralitas Pemberitaan Media. *Jurnal Riset Komunikasi*, 2(1), 21–28. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v2i1.50>
- Nugroho, B. H., Hamidin, D., & Supriady. (2024). Analisis dan Implementasi SEO Algoritma Google Panda Untuk Optimasi Website PT Revolusi Kesehatan. *Jurnal Komputer Antartika*, 2(3), 102–111.
- Nugroho, B., & Samsuri. (2013). *Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas* (S. Bakti Nugroho (ed.)). Dewan Pers.
- Nurhusna, N. (2020). Bentuk Tanda Dalam Wacana Iklan Advertorial Media Massa Cetak. *Jurnal Basataka (JBT)*, 3(1), 10–19. <https://doi.org/10.36277/basataka.v3i1.81>
- Perreault, G., Kananovich, V., & Hackett, E. (2023). Guarding the Firewall: How Political Journalists Distance Themselves From the Editorial Endorsement Process. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 100(2), 354–372. <https://doi.org/10.1177/10776990221084609>
- Rani, F. D. K., Mukti, W. R., Muji, A., & Khotimah, N. (2024). Peran Media Online Dalam Sebuah Komunikasi. *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI)*, 4(1), 67–74.
- Rony Baskoro Lukito, Cahya Lukito, & Deddy Arifin. (2014). Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Website Dalam Strategi Pemasaran Melalui Internet. *ComTech*, 5(2), 1050–1058. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i3.111>
- Safira, M. D., N., D. A., N., R. A. J., & Nazhif, M. N. (2024). Industrialisasi Media Massa dan Implikasinya Terhadap Kualitas Berita: Studi Media Online Tempo dan Kompas. *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI)*, 4(2), 405–420.
- Santika, E. F. (2024). *10 Media Online yang Paling Banyak Digunakan Warga Indonesia 2024*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/4b024acf115a988/10-media-online-yang-paling-banyak-digunakan-warga-indonesia->

2024#goog_rewarded

- Saputra, E., Nuraida, & Duku, S. (2023). Peran Media *Online* Sripoku.Com Dalam Mendukung Pemasaran Media Cetak Sriwijaya Post. *Jurnal Multidisipliner KAPALAMADA*, 2(1), 42–54.
- Sinaga, T. M. (2024). *Jurnalis Belum Bebas dari Intervensi Pemilik Media*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2024/02/12/jurnalis-belum-bebas-dari-intervensi-pemilik-media>
- Siyoto, D. S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. *Dasar Metodologi Penelitian*, 83–84.
- Subandi, Z. E., & Sadono, T. P. (2018). KOMODIFIKASI, SPASIALISASI, DAN STRUKTURASI DALAM MEDIA BARU DI INDONESIA (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon). *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1297>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta: Bandung.
- Susanto, E. (2021). Independensi Media Tempo Dan Pengaruh Ekonomi Politik Dalam Praktik Strukturasi. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 24–38. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1314>
- Wardhani, A. C., Ashaf, A. F., Kartika, T., Aryanti, N. Y., & Nugroho, M. Y. (2024). Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Media di Lampung. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JIK)*, 22(2), 238–254.
- Wenerda, I. (2015). Ekonomi Politik Vincent Moscow oleh Media *Online* Entertainment kapanlagi.comTM. *CHANNEL Jurnal Komunikasi*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.12928/channel.v3i1.2417>