

Gaya Penyajian Berita Kumparan dan Minat Baca Generasi Z di Media Digital

Mirecle Othniel Gunawan¹, Moehammad Gafar Yoedtadi^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: mirecle.915210254@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: gafary@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 25-11-2024, revisi tanggal : 20-12-2024, diterima untuk diterbitkan tanggal : 15-02-2025

Abstract

Technological developments cause all aspects to adapt to keep up with the times. The process of disseminating information is one that is affected by developments over time, this certainly has a positive impact because the speed of information dissemination does not require a long time. News media as companies are starting to shift in disseminating information from print media to digital media. This impact has caused many digital media companies to start competing to provide speed in presenting news. Kumparan is a news media that takes advantage of current developments. This research will focus on the news presentation style used by Kumparan, which is considered capable of influencing reading interest, especially generation Z. This research uses a quantitative approach with a survey method conducted on active students of the Faculty of Communication Sciences, Tarumanagara University. Data analysis on respondents used the SPSS version 2.9 application. The results of the Correlation Coefficient show that there is a positive relationship between the two variables: News Presentation Style and Reading Interest. This statement is reinforced by the results of the coefficient of determination which shows that News Presentation Style has an influence of 54.4% on Reading Interest.

Keywords: digital media, news presentation style, reading interest

Abstrak

Perkembangan teknologi menyebabkan segala aspek melakukan adaptasi mengikuti perkembangan zaman. Proses penyebaran informasi menjadi salah satu yang terdampak perkembangan zaman, hal ini tentu berdampak positif karena kecepatan penyebaran informasi tidak memerlukan waktu yang lama. Media berita sebagai perusahaan yang mulai beralih dalam menyebarkan informasi dari media cetak menjadi media digital. Dampak ini menyebabkan banyak perusahaan media digital mulai berlomba-lomba memberikan kecepatan pada penyajian berita. Kumparan merupakan salah satu media berita yang memanfaatkan perkembangan zaman. Pada penelitian ini akan berfokus kepada gaya penyajian berita yang dilakukan oleh Kumparan, yang dinilai mampu memberikan pengaruh terhadap minat membaca khususnya generasi z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang dilakukan pada mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Analisis data pada responden menggunakan aplikasi SPSS versi 2.9. Hasil Koefisien Korelasi menunjukkan adanya hubungan yang positif terhadap kedua variabel Gaya Penyajian Berita dengan Minat Membaca. Pernyataan tersebut diperkuat dengan hasil koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa Gaya Penyajian Berita memberikan pengaruh sebesar 54,4% terhadap Minat Membaca.

Kata Kunci: gaya penyajian berita, media digital, minat membaca

1. Pendahuluan

Seiring berjalannya waktu perkembangan teknologi memudahkan semua kalangan untuk mengakses informasi. Zaman dulu diperlukan pengorbanan untuk mendapatkan informasi, sekarang ini semua dimudahkan dengan adanya internet. Dahulu seseorang harus menunggu datangnya koran di pagi hari dan tidak bisa menentukan berita apa yang ingin dibaca. Semua informasi yang tayang telah ditentukan oleh tim redaksi, lain halnya dengan sekarang. Kemunculan internet, media sosial, dan teknologi digital pada abad ke-21 berdampak evolusi dalam dunia jurnalisme dan komunikasi dalam bentuk konvergensi media secara luas (Yoedtadi, 2024). Seseorang dapat membaca dimana saja dan kapan saja (Ghofur & Rachma, 2019). Orang sudah tidak lagi membaca koran untuk mengetahui peristiwa yang terjadi, hal ini yang membuat banyak media cetak melakukan inovasi. Perusahaan media mulai beralih dan membuat portal berita untuk menjangkau pembaca yang lebih luas.

Gaya penulisan berita merupakan sebuah cara yang dilakukan oleh penulis dalam memilih kata-kata dan kalimat dalam menyampaikan pesan yang mencakup pemilihan kata-kata, penggunaan gaya bahasa, penyampaian ide dan argumentasi (Ade Nurlita et al, 2022). Pada media cetak khususnya koran memiliki karakter dalam penulisan berita yang cenderung formal, baku, dan tajam. Pada media digital penulisan berita menggunakan gaya bahasa yang lebih fleksibel. Target pembaca dan ideologi media akan mempengaruhi variasi gaya bahasa yang digunakan media digital (Annisa & Junaidi, 2022).

Kumparan menjadi salah satu perusahaan media yang membangun citra perusahaan yang dinamis dengan budaya kerja yang kekinian, hal ini dapat dilihat dari isu terkini yang diangkat dan segmentasi pembaca yang lebih fleksibel. Konsultan komunikasi *Maverick* Indonesia menjelaskan hasil survei yang melibatkan 453 anak muda di Jakarta dan Bandung, mengatakan jika portal berita masih banyak diandalkan oleh 85% responden. Salah satunya adalah Kumparan yang masuk ke dalam lima portal berita favorit anak muda. Kumparan merupakan media yang dapat digunakan masyarakat untuk membaca, membuat, serta membagi berita dan informasi. Kumparan dikenal sebagai portal berita jurnalisme berbasis teknologi dan memungkinkan semua orang untuk berinteraksi. Berdasarkan laman Tentang Kami, Kumparan didirikan pada Januari 2017 yang dipimpin oleh Hugo Diba sebagai CEO, misi Kumparan yaitu untuk memajukan media online Indonesia. Kumparan juga mendefinisikan ulang media *digital* di Indonesia serta menciptakan tampilan, konsep, dan citra perusahaan media baru.

Era globalisasi menuntut segala hal untuk beradaptasi mengikuti perkembangan zaman. Kemunculan digitalisasi memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi, namun hal ini juga dapat menjadi bumerang. Kemudahan tersebarnya sebuah informasi menjadi salah satu faktor banyaknya berita-berita palsu. Melansir kominfo.go.id sebanyak 1.615 konten hoaks yang beredar di *website* dan *platform* digital pada periode Agustus 2018 hingga 31 Desember 2023. Penyebab banyaknya berita hoaks di Indonesia salah satunya disebabkan oleh logika jangka pendek. Richard Sennett dalam (Ciptadi & Armando, 2018) budaya kapitalisme baru mendorong individu untuk berpikir dan bekerja dengan cepat demi memenuhi tuntutan

persaingan dalam industri. Cepatnya akses informasi membuat media berita saling berkompetisi untuk menghasilkan berita sebanyak dan secepat mungkin.

Haryatmoko dalam (Ciptadi & Armando, 2018) menjelaskan jika perlombaan untuk menyajikan berita dengan cepat berdampak negatif pada akurasi dan sering kali mengakibatkan pelanggaran etika jurnalistik. Umumnya media akan menggunakan judul yang kontroversial untuk menarik para pembaca. (Anand et al., 2017) dalam artikel "*We used Neural Networks to Detect Clickbaits: You won't believe what happened Next!*" menjelaskan *clickbait* efektif dalam memenuhi rasa ingin tahu pembaca, namun setelah mereka mengunjungi situs tersebut seringkali narasi yang disajikan tidak sesuai dengan judul berita yang menarik perhatian. Tentunya hal ini berbahaya mengingat pemberitaan yang dilakukan media sangat berdampak bagi masyarakat. Penelitian yang dilakukan Ruri Rosmalinda dalam (Marwan, 2018) menjelaskan ada beberapa faktor yang menyebabkan berita palsu banyak bermunculan yaitu kemudahan mengakses informasi, tidak memverifikasi dan mengkonfirmasi kebenaran berita, serta kurangnya minat membaca digital.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kho & Yoedtadi, 2024) memperkuat gambaran jika pemberitaan oleh media akan mempengaruhi perilaku para pembaca khususnya generasi z. Penggunaan gaya bahasa, visual, dan sudut pandang akan mempengaruhi pengambilan keputusan terhadap berita yang disajikan. Selain mempengaruhi pembaca, gaya penyajian berita akan mempengaruhi citra perusahaan media dimata pembaca.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh gaya penyajian berita Kumparan terhadap minat membaca generasi z. Sebelumnya telah terdapat empat penelitian terdahulu yang penulis jadikan sebagai acuan, yaitu penelitian yang dilakukan (Khaerani, 2021) yang membahas pengaruh gaya penyajian berita infografis Tirto.id terhadap kepuasan pembaca, (Kho & Yoedtadi, 2024) yang membahas bagaimana pemberitaan mampu mempengaruhi pembaca, (Estrella & Rusdi, 2022) yang membahas minat membaca sebagai pemenuhan kebutuhan informasi, dan (Saksono, 2023) yang membahas daya tarik portal berita Kumparan bagi para pembacanya, penelitian ini mengandung unsur kebaruan yang menempatkan gaya penyajian berita sebagai variabel pengaruh.

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode yang digunakan adalah survei, (Kho & Yoedtadi, 2024) penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan angka-angka dalam proses analisisnya. Tujuan menggunakan pendekatan kuantitatif karena ingin menguji sebuah hipotesis dan hubungan antara dua variabel, oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya penyajian berita Kumparan terhadap minat baca generasi z pada media digital.

Populasi mengacu pada tempat atau wilayah dengan ciri khas dan kualitas yang beragam, serta generalisasi dari berbagai subyek dan obyek yang berbeda, sehingga dapat disimpulkan jika populasi merupakan kelompok individu yang memiliki ciri serupa (Kho & Yoedtadi, 2024). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Berdasarkan sumber PD Dikti mahasiswa Fikom Untar sebanyak 1135 orang yang dianggap sudah mewakili untuk penelitian ini. Untuk menentukan sampel dari populasi yang penulis gunakan, penulis menggunakan rumus slovin. Banyaknya sampel yang ada pada penelitian ini

yaitu 99,91 dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jenis *accidental sampling*.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada populasi yang telah ditentukan yaitu mahasiswa Fikom UNTAR yang pernah membaca dan mengakses portal berita Kumparan. Dalam penelitian ini semua variabel diukur dengan menggunakan kuesioner melalui skala *Likert* satu sampai lima yang menandakan sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Penelitian ini dilakukan melalui tiga tahap yang pertama *pre-test*, *treatment*, dan terakhir *post-test*. Penelitian ini melalui beberapa teknik pengolahan data yaitu uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien korelasi dan determinasi, serta dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji keabsahan data dan penelitian.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Penelitian mengenai pengaruh gaya penyajian berita kumparan terhadap minat baca generasi z pada media digital memiliki dua variabel, yaitu variabel X (gaya penyajian berita) sebagai variabel bebas dan variabel Y (minat membaca) sebagai variabel terikat. Variabel X dalam penelitian ini memiliki lima dimensi yang dioperasionalkan dalam 14 pernyataan, sedangkan variabel Y memiliki enam dimensi yang dioperasionalkan dalam enam pernyataan.

Dimensi pada variabel X (gaya penyajian berita) meliputi memperhatikan kaidah penulisan berita, memperhatikan teknik penulisan berita, ramah dengan pembaca *mobile*, memperhatikan tampilan berita (Romli, 2018), dan penggunaan gambar (Yoedtadi, 2024). Pada variabel X memiliki nilai *mean* setiap dimensi diatas empat yang berarti responden memberikan respon positif terhadap variabel gaya penyajian berita. Variabel Y (minat membaca) meliputi rasa senang, pemusatan perhatian, penggunaan waktu dalam membaca, motivasi dalam membaca, memiliki emosi dalam membaca, dan usaha dalam membaca (Etnanta & Irhandayaningsih, 2022). Pada variabel Y memiliki nilai *mean* setiap dimensi diatas empat yang berarti responden memberikan respon positif terhadap variabel minat membaca.

Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan 100 responden yang memenuhi kriteria dari kuesioner yang telah disebar sebelumnya. Mayoritas responden adalah perempuan dengan frekuensi sebanyak 56 responden atau 56% dan laki-laki dengan frekuensi sebanyak 44 responden atau 44%. Selain itu usia dari responden pada penelitian ini telah memenuhi kriteria yang telah penulis tentukan yaitu generasi z. Generasi ini adalah mereka yang lahir dikisaran tahun 1997 – 2012. Pada penelitian ini responden memiliki kisaran usia antara 18 – 27 tahun yang didominasi responden berusia 21 tahun sebanyak 55 responden atau 55%.

Penulis selanjutnya melakukan uji validitas data dari 100 responden atas pernyataan butir variabel X dan variabel Y. Dalam usaha meningkatkan ketelitian penelitian ini, setiap item sebaiknya memiliki korelasi (*r*) dengan skor total variabel $\geq 0,194$. Item-item dengan korelasi $r < 0,194$ sebaiknya dihapus dari analisis.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X

	Total <i>Correlation</i>	Keterangan		Total <i>Correlation</i>	Keterangan
X1	0,595	Valid	X8	0,682	Valid
X2	0,706	Valid	X9	0,632	Valid
X3	0,600	Valid	X10	0,598	Valid
X4	0,563	Valid	X11	0,639	Valid
X5	0,694	Valid	X12	0,576	Valid
X6	0,712	Valid	X13	0,607	Valid
X7	0,686	Valid	X14	0,541	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS Ver. 29 (2024)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

	Total <i>Correlation</i>	Keterangan		Total <i>Correlation</i>	Keterangan
X1	0,665	Valid	X4	0,776	Valid
X2	0,696	Valid	X5	0,758	Valid
X3	0,784	Valid	X6	0,752	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS Ver. 29 (2024)

Berdasarkan tabel 1 dan 2 dapat disimpulkan jika seluruh pernyataan pada dua variabel dinyatakan valid, karena memiliki korelasi (r) dengan skor total variabel $\geq 0,194$. Selanjutnya penulis melakukan uji reliabilitas untuk menguji variabel dapat diandalkan. Hasil uji reliabilitas memiliki nilai *Cronbach alpha* variabel X sebesar 0,883 dan variabel Y sebesar 0,831, maka dapat disimpulkan jika kedua variabel telah terbukti reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a						
	<i>Unstandardized Coefficients</i>			<i>Standardized Coefficients</i>		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
(Constant)	1.113	2.234		.498	.619	
Variabel X	.400	.037	.738	10.815	<,001	

Sumber: Pengolahan Data SPSS Ver. 29 (2024)

Berdasarkan tabel 3, nilai konstanta a sebesar 1,113 dan nilai koefisien regresi b sebesar 0,400. Sehingga persamaan regresi sederhana yaitu $Y = 1,113 + 0,400X$. Nilai koefisien regresi adalah 0,400 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Gaya Penyajian Berita akan meningkatkan Minat Membaca sebesar 0,400. Selain itu hasil uji signifikansi menunjukkan nilai $<0,001$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Gaya Penyajian Berita memiliki pengaruh terhadap Minat Membaca.

Perkembangan teknologi memberikan tantangan kepada media massa untuk menghadirkan informasi berupa berita yang aktual. Kehadiran media baru memudahkan seluruh lapisan masyarakat untuk mendapatkan informasi. Adanya media baru tidak lagi membuat orang menunggu informasi yang ingin mereka cari.

Semua informasi dapat dicari kapanpun dan dimanapun. Maka tidak heran terjadi perubahan pola konsumsi berita oleh masyarakat. Dengan pesatnya perkembangan zaman, muncul berbagai jenis media baru di masyarakat yang mempengaruhi spektrum dari berbagai kemungkinan tentang sosioteknologi dan komunikasi publik (Rusdi & Sukendro, 2018).

Perkembangan teknologi ini membuat banyaknya media cetak berita yang mulai beralih kepada portal berita. Portal berita adalah jenis media massa berbasis *web* yang menyajikan berbagai informasi secara digital. Tujuannya untuk menjadi sarana komunikasi dan informasi, serta sebagai referensi sesuai kebutuhan pembaca yang mengakses portal berita (Priskila et al., 2022).

Sebenarnya tidak ada perbedaan yang signifikan antara media cetak dan media digital dalam mengumpulkan informasi untuk berita. Kedua media tersebut melakukan hal yang sama, namun yang membedakan adalah cara dalam menyajikan berita tersebut. Perbedaan utama terdapat pada format berita, karena pada media digital harus memperhatikan aspek keterbacaan dan keterpindaian (Gafur, 2020). Hal ini disebabkan karena perbedaan medium dan cara kebiasaan membaca

Berbeda dengan media cetak yang telah memiliki pelanggan setia, pada media digital persaingan harus mampu menjangkau semua kalangan pembaca. Rod Liddle reporter BBC (*British Broadcasting Corporation*) dalam (Khadafi, 2022) menjelaskan karakteristik para pembaca *online* yang menurutnya “tidak setia”, maka dari itu diperlukan judul yang menarik untuk membuat kesan pertama yang baik namun tetap tidak menyimpang dengan isi berita yang dibuat.

Generasi z yaitu generasi yang lahir dari kisaran tahun 1997 – 2012. Generasi z merupakan generasi yang tumbuh bersamaan dengan teknologi yang membuat internet sebagai wadah utama dalam menemukan informasi yang mereka cari (Firamadhina & Krisnani, 2021). Generasi z akan memilih media sebagai cara pemenuhan akan kebutuhan informasi yang mereka temukan (Estrella & Rusdi, 2022).

Teori *Stimulus Organism Respon* (SOR) memiliki asumsi jika perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan yang berkomunikasi dengan komunikan (Abidin, 2022). Titik penekanan pada model komunikasi S-O-R ini adalah pesan yang dapat memotivasi penerima pesan untuk merespon dengan cepat dan merubah perilaku mereka. Teori ini merujuk kepada proses komunikasi yang merupakan proses aksi dan reaksi. Model teori ini dapat berlaku secara positif dan negatif tergantung bagaimana penerima pesan menyikapi rangsangan yang diberikan oleh pengirim pesan. Dalam kasus ini teori S-O-R sejalan dengan penelitian yang penulis kerjakan yaitu gaya penyajian berita dapat mempengaruhi minat membaca generasi z pada media digital. Penyajian berita yang berperan sebagai objek perangsang dari pembaca yang berperan sebagai *organism*, yang nantinya mempengaruhi minat membaca yang berperan sebagai respon dari rangsangan.

Pada penelitian ini, nilai koefisien korelasi variabel sebesar 0,738 yang berarti hubungan antara gaya penyajian berita terhadap minat baca adalah kuat. Hubungan ini bersifat positif berarti hubungan dari dua variabel ini berbanding lurus sehingga kenaikan dari variabel X (Gaya Penyajian Berita) akan diikuti oleh variabel Y (Minat Membaca). Nilai koefisien determinasi pada penelitian ini didapati hasil dari *R Square* sebesar 0,544, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel X (Gaya Penyajian Berita) memberikan pengaruh sebesar 54,4% terhadap variabel Y (Minat Membaca).

4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penulis pada bab sebelumnya, bahwa gaya penyajian berita mempengaruhi sebesar 54,4% terhadap minat membaca, dan 45,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini. Hal ini menunjukkan adanya berpengaruh yang kuat antara gaya penyajian berita terhadap minat membaca generasi z pada media digital.

Dalam variabel x responden lebih menyukai tampilan visual, ditandai dari dimensi menggunakan gambar pada berita memiliki nilai rata-rata paling tinggi jika dibandingkan dengan dimensi lainnya pada variabel X. Hal ini menunjukkan jika pola konsumsi berita sudah mulai berubah, jika melihat pola kebiasaan membaca yang berubah. Saat ini pengguna media digital lebih memindai tulisan dibanding membaca tulisan hal itu yang menyebabkan penggunaan gambar lebih diminati. Namun dalam menyajikan berita Kumparan dinilai berhasil, karena mampu mengikuti perkembangan pembaca media digital yang ditandai dengan rata-rata responden memilih setuju dan sangat setuju dari pernyataan penyajian berita. Kumparan mampu menggunakan kaidah dan teknik penulisan berita dengan baik sehingga ramah bagi para pembaca *mobile* sebagai konsumen terbesar dari pembaca berita digital. Nilai tersebut juga berbanding lurus pada variabel Minat Membaca. Rata-rata responden memilih setuju dan sangat setuju dari pernyataan yang dipaparkan. Para pembaca mampu menerima pesan baik secara tulisan maupun emosional pada penyajian berita, selain itu para pembaca mampu memusatkan pikiran dalam bacaan, serta mau untuk membaca berita lainnya yang disajikan pada portal berita Kumparan. Kesimpulan pada penelitian ini adalah Gaya Penyajian Berita mampu mempengaruhi Minat Membaca generasi z pada media digital.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, responden, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Abidin, M. (2022). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Nivedana: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 3(1), 47–59. <https://doi.org/10.33477/alt.v6i2.2525>
- Ade Nurlita, Masitoh Br. Simbolon, Rahmatan Lil Alamain, E. E. (2022). Gaya Penulisan Berita dan Feature. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- Anand, A., Chakraborty, T., & Park, N. (2017). We used neural networks to detect clickbaits: You won't believe what happened next! *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 10193 LNCS, 541–547. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56608-5_46
- Annisa, F., & Junaidi, A. (2022). Implementasi Bahasa Jurnalistik pada Media Siber (Analisis Wacana pada Berita Okezone.com Kanal Perjalanan). *Koneksi*, 6(1 SE-Articles), 101–109. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15471>
- Chaerdinan Etnanta, Y., & Irhandayaningsih, A. (2022). Pengaruh Penggunaan

- Smartphone Terhadap Minat Baca Siswa SMA N 1 Semarang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 7932-7940.
- Ciptadi, S. G., & Armando, A. (2018). Upaya Agensi Melawan Logika Jangka Pendek Jurnalisme Daring: Studi Kasus Tirto.id. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9690>
- Estrella, N., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Minat Pembaca Media Online Tempo.Co terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Generasi Z. *Koneksi*, 6(2), 408–415. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15793>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Gafur, A. (2020). *Abdul Gafur Askadiv Digital Lampung Post*. 11.
- Ghofur, A., & Rachma, E. A. (2019). Pemanfaatan Media Digital Terhadap Indeks Minat Baca Masyarakat Kabupaten Lamongan. *Jurnal Studi Sosial*, 4(2), 85–92. <https://doi.org/http://doi.org/10.25273/gulawentah.v4i2.5524>
- Khadafi, S. M. (2022). *Analisis Framing Aksi Baim Wong Memarahi Kakek Suhud (analisis framing pemberitaan Baim Wong dengan kakek Suhud di media online Detik.com & Tempo.co edisi 13 Oktober 2021)*. 1–23. <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/8893>
- Khaerani, A. (2021). *Pengaruh Penyajian Berita Infografis*.
- Kho, S., & Yoedjadi, M. G. (2024). Pengaruh Berita Politik dan Perilaku Pemilih Mahasiswa Etnis Tionghoa. *Koneksi*, 8(1 SE-Articles), 9–15. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i1.21635>
- M. Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online, Panduan Mengelola Media Online* (I. Kurniawan (ed.); 2nd ed.). Nuansa Cendikia.
- Marwan, M. R. (2018). Analisa Penyebaran Berita Hoax Di Indonesia. *UG Jurnal*, 12(2), 16. <http://ravii.staff.gunadarma.ac.id/Publications>
- Priskila, R., Sari, N. N. K., & Arief, M. R. (2022). Aplikasi Portal Berita Berbasis Website (Studi Kasus: Lintasberita1.Com). *Journal of Information Technology and Computer Science*, 2(3), 199–208. <https://doi.org/10.47111/jointecom.v2i3.8864>
- Rusdi, F., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Industri Kreatif Dalam Memanfaatkan Identitas Kota Melalui Media Baru. *Jurnal Komunikasi*, 10(1 SE-Articles), 95–102. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i1.1221>
- Saksono, E. H. (2023). Fakultas Ilmu Komunikasi (Studi Berita Online Kumparan . Com) Hari Saksono Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Model Flow of News Bass Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model flow of news (alur berita) yang dikembangkan oleh A . M Hoeta. *The Source Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Yoedjadi, M. (2024). *Buku-Konvergensi Media Televisi dan Media Sosial*.