

MENGELOLA PRODUKSI SIARAN BERITA MEDIA ONLINE DAN PROSES PENCIPTAAN MEDIA ONLINE

Winda Kustiawan¹, Alya Dwi Kinanti², Rahadian Tri Anggraini³, M. Abrar Haq Salam⁴, Utsman Fajri Ramadhan⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: windakustiawan@uinsu.ic.id¹, kinantialyadwi344@gmail.com², rhadiantri@gmail.com³, abrorhs211@gmail.com⁴, utsmanfajri538@gmail.com⁵

Abstract: *The development of digital technology has fundamentally changed the process of news production and distribution. Online media does not only rely on speed, but also accuracy, verification, editorial management, and a structured content production strategy. This article comprehensively analyzes how the process of managing the production of news broadcasts in online media is done, starting from editorial planning, data collection, writing, editing, until publication. In addition, the discussion also highlights the online media creation process as an organization that operates in the digital ecosystem, including managerial, technological, editorial, and commercial aspects. Through a qualitative-descriptive approach and synthesis of national literature, this article explains the challenges, dynamics, and production strategies applied by digital media in order to remain competitive and credible. The main findings show that online news production must integrate professional journalism with digital innovation, adaptive editorial management, and the use of technology such as data analytics and automation. This article is expected to contribute to the understanding of digital media management and contemporary journalism practices in Indonesia.*

Keywords: *News Production, Online Media, Editorial Management, Digital Journalism, Media Creation Process.*

Abstrak: Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara fundamental proses produksi dan distribusi berita. Media online tidak hanya mengandalkan kecepatan, tetapi juga akurasi, verifikasi, manajemen redaksi, serta strategi produksi konten yang terstruktur. Artikel ini menganalisis secara komprehensif bagaimana proses pengelolaan produksi siaran berita di media online dilakukan, mulai dari perencanaan redaksi, pengumpulan data, penulisan, penyuntingan, hingga publikasi. Selain itu, pembahasan juga menyoroti proses penciptaan media online sebagai organisasi yang beroperasi dalam ekosistem digital, termasuk aspek manajerial, teknologis, editorial, dan komersial. Melalui pendekatan kualitatif-deskriptif dan sintesis literatur nasional, artikel ini menjelaskan tantangan, dinamika, dan strategi produksi yang diterapkan media digital agar tetap kompetitif dan kredibel. Temuan utama menunjukkan bahwa produksi berita online harus mengintegrasikan jurnalisme profesional dengan inovasi digital, manajemen ruang redaksi yang adaptif, dan pemanfaatan teknologi seperti analitik

data dan otomasi. Artikel ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pemahaman manajemen media digital dan praktik jurnalistik kontemporer di Indonesia.

Kata Kunci: Produksi Berita, Media Online, Manajemen Redaksi, Jurnalisme Digital, Proses Penciptaan Media.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah lanskap industri media secara signifikan. Pada era ketika konsumsi informasi beralih dari media konvensional ke media daring, proses produksi siaran berita mengalami perubahan mendasar. Media online menuntut kecepatan dalam publikasi, tetapi pada saat yang sama tetap dituntut menjaga akurasi dan kualitas informasi. Kombinasi antara tuntutan profesionalisme dan tekanan kecepatan inilah yang kemudian memunculkan kompleksitas baru dalam praktik jurnalistik digital (Nugroho, 2019). Menurut Siregar (2020), media online tidak hanya berperan sebagai penghasil informasi, tetapi juga aktor yang harus mampu memenuhi kebutuhan publik yang semakin dinamis, kritis, dan selektif dalam mengonsumsi berita. Karena itu, proses produksi siaran berita memerlukan pengelolaan yang terstruktur dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi. Penciptaan media online sebagai sebuah entitas bisnis dan institusi juga memerlukan perencanaan yang matang. Hal ini mencakup aspek pendanaan, struktur organisasi, segmentasi audiens, pemilihan platform, hingga strategi pengelolaan redaksi dan distribusi konten. Media online harus menyeimbangkan fungsi informatif, edukatif, dan komersial agar dapat bertahan di tengah kompetisi yang ketat (Romli, 2016).

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan menganalisis secara rinci dua hal utama: (1) pengelolaan produksi siaran berita di media online, dan (2) proses penciptaan media online sebagai organisasi digital. Kajian ini diharapkan memberi kontribusi terhadap praktik manajemen media dan produksi konten di era digital.

KERANGKA TEORI

1. Jurnalisme Digital

Jurnalisme digital merupakan bentuk evolusi dari praktik jurnalistik tradisional yang beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Secara konseptual, jurnalisme digital tidak hanya memindahkan kerja jurnalistik ke ruang daring, tetapi mengubah cara berita diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh publik. Pavlik (2013),

menjelaskan bahwa perubahan digital memengaruhi empat elemen utama jurnalisme: teknologi newsroom, isi berita, pola konsumsi audiens, dan hubungan antara media dan masyarakat. Teknologi digital memungkinkan proses produksi yang lebih cepat, integrasi multimedia, serta interaktivitas dengan pengguna, sehingga mendorong model jurnalisme partisipatoris.

Romli (2016) yang menyebut bahwa jurnalisme digital menuntut wartawan bekerja dengan ritme yang jauh lebih cepat dibandingkan era media cetak. Proses seperti pencarian informasi kini banyak mengandalkan media sosial, big data, dan platform digital lainnya. Selain itu, kehadiran fitur pembaruan real-time menjadikan berita sebagai “produk hidup” yang terus diperbaiki, dibandingkan sebagai produk final seperti pada era cetak. Hal ini memunculkan tantangan baru berupa tuntutan verifikasi yang lebih ketat karena risiko penyebaran hoaks dan disinformasi meningkat tajam.

2. Manajemen Media

Manajemen media berkaitan dengan bagaimana organisasi media mengelola sumber daya manusia, finansial, teknologi, dan informasi untuk mencapai tujuan editorial dan bisnis. Tamburaka (2013) mendefinisikan manajemen media sebagai koordinasi menyeluruh atas proses produksi dan distribusi pesan guna memenuhi kebutuhan publik secara efektif. Dalam media online, fungsi manajemen ini menjadi lebih kompleks karena sifat industrinya yang terhubung secara digital dan sangat dinamis. Pada media digital, manajemen tidak hanya berfokus pada aspek redaksi, tetapi juga strategi platform dan pengembangan teknologi. Menurut Lestari (2021), manajemen media online membutuhkan penguasaan atas mekanisme algoritma, navigasi SEO, pemahaman data audiens, dan adaptasi terhadap perubahan tren digital. Hal ini menandai pergeseran peran manajer media yang tidak lagi hanya mengatur konten, tetapi juga memahami perilaku pengguna berdasarkan insight analitik seperti durasi baca, tren pencarian, serta pola distribusi konten di media sosial.

Menurut Latief (2020) di era digital, editorial tidak dapat berjalan tanpa infrastruktur teknis yang baik. Sistem seperti *Content Management System* (CMS), keamanan siber, server, dan analitik web menentukan kualitas dan stabilitas produksi berita. Oleh karena itu, struktur manajemen media online membutuhkan tim lintas keahlian redaktur, teknisi, analis data, dan desainer konten yang bekerja dengan pola koordinasi horizontal dan fleksibel. Ishwara (2015)

menjelaskan bahwa manajemen redaksi harus terus memperbarui pedoman kerjanya untuk menjawab tantangan baru seperti banjir informasi, misinformasi, dan tekanan kecepatan. Dengan demikian, manajemen media online merupakan proses multidisipliner yang menggabungkan pengelolaan redaksi, teknologi, dan strategi digital secara terpadu.

3. Produksi Konten Berita

Produksi berita adalah serangkaian proses yang mencakup perencanaan, peliputan, penulisan, verifikasi, penyuntingan, hingga publikasi. Ishwara (2015) menjelaskan bahwa produksi berita merupakan kerja sistematis yang melibatkan keputusan jurnalistik pada setiap tahap, mulai dari penentuan nilai berita hingga seleksi informasi yang layak dipublikasikan. Pada media online, proses ini mengalami perubahan yang signifikan karena kebutuhan kecepatan, sifat konten yang selalu diperbarui, dan keterlibatan multimedia.

Tahap perencanaan berita tidak lagi berlangsung dalam rutinitas harian seperti media cetak, melainkan dalam format “open newsroom” yang berlangsung 24 jam. Redaktur memantau isu melalui media sosial, laporan lapangan, dan data analitik klik pembaca. Menurut Romli (2016), keberadaan analitik mengubah cara redaksi menentukan prioritas berita karena keputusan editorial seringkali dipengaruhi oleh performa konten sebelumnya. Akan tetapi, orientasi berlebihan pada angka dapat menurunkan kualitas berita, sehingga wartawan harus tetap menjadikan nilai jurnalistik sebagai dasar utama.

Peliputan berita kini mengintegrasikan teknik jurnalistik digital. Wartawan tidak hanya melakukan wawancara konvensional, tetapi juga memverifikasi informasi melalui platform digital, melakukan pengecekan fakta menggunakan perangkat verifikasi visual, serta memanfaatkan data sebagai pelengkap narasi. Siregar (2020) menekankan bahwa kemampuan verifikasi digital adalah keterampilan wajib agar jurnalis tidak menjadi bagian dari penyebaran hoaks.

Pada tahap penulisan dan penyuntingan, berita online menuntut gaya yang ringkas, struktural, dan mudah dipindai (*scannable*). Menurut Yudistira (2018), paragraf pendek, penggunaan hyperlink sebagai rujukan, serta penyertaan foto dan infografik menjadi elemen penting dalam memperkaya berita digital. Penyuntingan pun dilakukan lebih cepat, namun tetap harus melalui verifikasi fakta dan bahasa sebelum berita naik ke CMS. Dengan demikian,

produksi berita pada media online menuntut efisiensi, akurasi, dan kemampuan adaptasi terhadap teknologi.

4. Media Online sebagai Organisasi Digital

Media online merupakan organisasi digital yang memiliki karakteristik berbeda dari media cetak maupun penyiaran. Lestari (2021) menyatakan bahwa media online dibangun melalui kombinasi manajemen redaksi dan manajemen teknologi yang berjalan secara paralel. Sebagai organisasi digital, media online sangat bergantung pada infrastruktur teknologi mulai dari server, keamanan siber, CMS, hingga analitik audiens. Struktur organisasi media online umumnya bersifat fleksibel dan horizontal. Menurut Nugroho (2019), ruang redaksi digital tidak lagi memiliki batas tegas karena sebagian besar pekerjaan dapat dilakukan dari berbagai lokasi dengan dukungan jaringan internet. Hal ini memungkinkan penerapan sistem kerja hybrid dan kolaborasi lintas platform. Pada organisasi besar, tim redaksi didukung oleh divisi teknologi, UI/UX, data science, dan pemasaran digital yang berperan memahami perilaku pengguna.

Media digital juga memiliki karakter ekonomi yang berbeda. Model bisnis bergantung pada iklan digital, sponsorship, konten berbayar, hingga donasi publik. Tamburaka (2013) menjelaskan bahwa keberlanjutan industri media sangat ditentukan oleh kemampuan mengelola sumber daya dan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Dalam media online, ketergantungan pada platform eksternal seperti Google dan Meta semakin memperkuat kebutuhan strategi adaptif. Sebagai organisasi, media online juga wajib mematuhi peraturan seperti UU Pers dan Pedoman Pemberitaan Media Siber. Regulasi ini memberikan kerangka etis dan hukum agar media tetap bertanggung jawab dalam memproduksi informasi. Menurut Sudibyo (2017), media digital harus menjaga integritas organisasi sebagai pilar demokrasi meskipun berada dalam tekanan algoritma dan kompetisi pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode ini dipilih karena fokus penelitian tidak memerlukan pengumpulan data lapangan, melainkan analisis mendalam terhadap konsep, teori, dan temuan ilmiah mengenai jurnalisme digital, manajemen media, serta proses produksi berita dalam

ekosistem media online. Menurut Zed (2014), studi pustaka merupakan teknik penelitian yang memanfaatkan sumber-sumber tertulis sebagai bahan utama, sehingga memungkinkan peneliti membangun kerangka analitis yang kuat berdasarkan literatur yang kredibel.

Data diperoleh dari buku-buku akademik, artikel jurnal nasional dan internasional, prosiding, laporan penelitian, serta dokumen digital resmi yang relevan dengan tema penelitian. Penelusuran sumber dilakukan melalui basis data seperti Google Scholar, DOAJ, dan jurnal terakreditasi SINTA, dengan memilih literatur yang memiliki relevansi tinggi terhadap tiga aspek utama: jurnalisme digital, organisasi media online, dan proses produksi konten berita. Literatur yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis isi kualitatif sesuai metode yang dijelaskan Mayring (2014), yakni melalui proses kategorisasi konsep, interpretasi temuan, dan sintesis antar sumber untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif. Validitas data dijaga melalui perbandingan berbagai sumber (triangulasi pustaka), sebagaimana disarankan oleh Creswell (2016), guna memastikan bahwa konsep yang digunakan dalam penelitian ini memiliki dasar teoretis yang kuat dan tidak bertentangan antar-sumber. Hasil analisis kemudian dirumuskan dalam bentuk deskripsi naratif yang menjelaskan fenomena secara sistematis dan mendalam, sejalan dengan tujuan penelitian kualitatif deskriptif sebagaimana dijelaskan oleh Bogdan dan Taylor (1992).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Produksi Siaran Berita dalam Ekosistem Digital

Produksi siaran berita pada media online mengalami transformasi signifikan akibat perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumsi informasi. Proses produksi yang sebelumnya bergantung pada siklus harian kini menuntut kecepatan, ketepatan, dan kemampuan memperbarui informasi secara real time. Pavlik (2013) menyatakan bahwa digitalisasi mengubah lanskap kerja jurnalistik melalui integrasi teknologi dalam setiap tahap produksi, mulai dari pengumpulan informasi hingga penyajian berita kepada audiens. Dalam konteks media online, proses produksi berita tidak hanya mengikuti alur klasik meliputi perencanaan, peliputan, penulisan, verifikasi, dan penyuntingan tetapi juga ditambah tuntutan untuk melakukan *updating* konten secara berkelanjutan sesuai perkembangan isu. Ishwara (2015) menegaskan bahwa kecepatan tetap harus diimbangi prinsip akurasi agar berita yang dirilis tidak sekadar cepat, tetapi juga valid.

Dalam praktiknya, redaksi media online bekerja melalui pola koordinasi yang lebih fleksibel dibandingkan media konvensional. Reporter dibekali perangkat digital untuk mengakses sumber informasi secara cepat, termasuk melalui media sosial, data publik, atau platform berbasis pengguna. Penggunaan teknologi *Content Management System* (CMS) memungkinkan editor menyunting dan menerbitkan berita hanya dalam hitungan menit. Sejalan dengan itu, Ward (2018) menyebutkan bahwa jurnalisme digital menuntut integrasi antara keahlian jurnalistik dan kemampuan teknis, termasuk literasi platform digital, pemahaman analitik audiens, dan keterampilan dalam memverifikasi data daring. Dengan demikian, produksi berita digital tidak lagi menjadi proses linear, tetapi siklus dinamis yang berulang, responsif, dan dipengaruhi ritme penyebaran informasi di internet. Selain itu, faktor algoritma turut mempengaruhi cara berita diproduksi dan disebar. Media online harus memperhatikan kecenderungan pencarian informasi audiens, tren kata kunci, dan parameter SEO agar berita dapat bersaing di ruang digital.

Hal ini sejalan dengan pendapat Napoli (2011) yang menyatakan bahwa media digital memasuki era *audience-centric*, di mana analitik menjadi dasar pengambilan keputusan redaksional. Dengan demikian, produksi berita tidak hanya menjadi persoalan editorial, tetapi juga strategi digital yang mempertimbangkan performa konten dan keterlibatan pengguna. Keseluruhan proses ini menunjukkan bahwa produksi siaran berita pada media online merupakan kombinasi antara kerja jurnalistik, kemampuan teknologis, dan strategi digital yang adaptif terhadap dinamika internet.

2. Manajemen Redaksi dalam Media Online

Manajemen redaksi pada media online menunjukkan perubahan struktural dan fungsional dibandingkan media tradisional. Tamburaka (2013) menjelaskan bahwa manajemen media pada dasarnya adalah proses pengorganisasian sumber daya manusia, teknologi, dan informasi untuk mencapai tujuan organisasi. Namun, dalam media online, struktur tersebut menjadi lebih kompleks karena harus mengakomodasi fungsi digital seperti pengelolaan platform, analisis data pengguna, dan pemeliharaan sistem. Menurut Lestari (2021), media online pada dasarnya adalah organisasi digital yang menggabungkan kerja jurnalistik dengan kapasitas teknologi, sehingga pengelolaannya membutuhkan kolaborasi lintas bagian antara tim redaksi dan tim teknologi informasi.

Penerapan manajemen redaksi di media online umumnya bersifat lincah (*agile*). Koordinasi antarbagian dilakukan melalui komunikasi digital, seperti pesan instan, pengelolaan *task board*, dan integrasi sistem editorial. Model koordinasi ini memungkinkan redaksi merespons isu aktual secara cepat tanpa hambatan struktural yang kaku. Fleksibilitas ini sesuai dengan pendapat Jenkins (2006) mengenai *convergence culture*, di mana ruang redaksi menjadi titik temu berbagai jenis teknologi yang saling berintegrasi untuk mendukung proses produksi dan diseminasi informasi. Oleh karena itu, manajemen redaksi modern tidak sekadar mengatur proses jurnalistik, tetapi juga mengelola arus informasi lintas platform yang melibatkan interaksi antara media, audiens, dan algoritma.

Selain pengorganisasian kerja, manajemen redaksi media online juga menetapkan pedoman editorial yang menyesuaikan karakter digital. Pengelolaan risiko digital, seperti hoaks dan misinformasi, menjadi perhatian utama karena kecepatan penyebaran informasi di internet berpotensi menimbulkan kesalahan publikasi. Kovach dan Rosenstiel (2014) menekankan bahwa prinsip dasar jurnalisme tetap relevan di era digital, yaitu komitmen pada kebenaran dan verifikasi. Oleh sebab itu, manajemen redaksi harus memastikan bahwa semua elemen dalam organisasi memahami standar tersebut dan mampu menerapkannya meskipun berada dalam tekanan kecepatan publikasi.

3. Media Online sebagai Organisasi Digital

Media online berfungsi tidak hanya sebagai institusi penyebar informasi, tetapi juga sebagai organisasi digital yang beroperasi berdasarkan logika teknologi dan ekonomi internet. Karakteristik utama organisasi digital terletak pada kemampuan memanfaatkan data, teknologi jaringan, dan sistem otomatisasi untuk mendukung aktivitas produksi serta penyebaran konten. Lestari (2021) menjelaskan bahwa media online memiliki struktur yang lebih datar (*flat*) dan fleksibel, karena banyak pekerjaan dapat dilakukan secara virtual dan tidak bergantung pada kehadiran fisik dalam ruang redaksi. Kondisi ini menyebabkan media online bergerak seperti organisasi *real-time*, yang selalu terkoneksi dengan perkembangan informasi global dan interaksi audiens.

Sebagai organisasi digital, media online juga beroperasi dalam ekosistem bisnis yang berbeda dari media konvensional. Pendapatan tidak lagi bergantung pada penjualan fisik, melainkan pada model berbasis iklan digital, *traffic*, dan monetisasi melalui platform pihak

ketiga. Hal ini memengaruhi strategi redaksi, karena media harus memahami perilaku pengguna, tren konsumsi informasi, serta pola keterlibatan (*engagement*). Napoli (2011) menyebut fenomena ini sebagai *audience evolution*, yaitu perubahan dari audiens pasif menjadi audiens aktif yang terlibat, berkomentar, dan turut mendistribusikan konten. Kondisi ini membuat organisasi media online tidak hanya mengelola konten, tetapi juga mengelola komunitas digital.

Media online menggunakan analitik untuk mengukur performa berita, menentukan preferensi audiens, dan merumuskan strategi publikasi. Rogers (2013) menjelaskan bahwa data berfungsi sebagai alat navigasi dalam ekosistem digital, sehingga organisasi yang mampu membaca dan memanfaatkan data cenderung lebih adaptif. Namun, dominasi data juga menimbulkan dilema etis, karena redaksi berpotensi memprioritaskan konten yang “ramai” tetapi kurang bermakna, hanya demi mengejar trafik. Dengan demikian, media online sebagai organisasi digital adalah entitas yang bekerja pada persimpangan antara jurnalisme, teknologi, dan ekonomi internet. Kompleksitas ini menuntut adaptasi, inovasi, serta konsistensi dalam mempertahankan standar etika jurnalistik di tengah tekanan pasar dan perubahan ekosistem digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa produksi siaran berita pada media online merupakan proses yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital dan dinamika informasi yang berlangsung cepat. Transformasi digital membuat proses kerja jurnalistik bergeser dari sistem siklus harian menuju pola kerja *real-time*, di mana kecepatan, ketepatan, dan keberlanjutan pembaruan informasi menjadi elemen krusial. Proses peliputan, penulisan, verifikasi, hingga publikasi berita kini dilakukan melalui integrasi perangkat digital, mulai dari penggunaan platform *Content Management System* (CMS), pemantauan media sosial, hingga analitik berbasis data. Hal tersebut memperkuat pandangan Pavlik (2013) dan Ishwara (2015) bahwa jurnalisme digital menuntut kombinasi keterampilan jurnalistik dan kompetensi teknologis. Sementara itu, media online berfungsi sebagai organisasi digital yang bergantung pada data, teknologi, dan interaksi audiens. Organisasi media tidak lagi hanya memproduksi berita, tetapi juga mengelola ekosistem digital yang melibatkan algoritma mesin pencari, analitik audiens, hingga dinamika media sosial. Fenomena ini sejalan dengan gagasan Napoli

(2011) mengenai *audience-centric media*, di mana keputusan redaksional turut dipengaruhi oleh perilaku dan preferensi pengguna. Namun, ketergantungan pada data juga menghadirkan tantangan etis, terutama terkait potensi dominasi konten populer yang belum tentu relevan dengan kepentingan publik. Di titik inilah media dituntut menjaga keseimbangan antara logika bisnis dan tanggung jawab jurnalistik.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Media online perlu memperkuat kapasitas digital jurnalis, khususnya dalam literasi data, verifikasi konten digital, dan penggunaan perangkat digital. Hal ini penting agar kualitas berita tetap terjaga meskipun berada dalam tekanan kecepatan publikasi.
2. Redaksi perlu menjaga keseimbangan antara data analitik dan etika jurnalistik. Meskipun trafik dan engagement penting bagi keberlanjutan organisasi digital, keputusan editorial sebaiknya tetap didasarkan pada nilai publik dan kepentingan sosial.
3. Manajemen media online perlu memperjelas standar operasional (SOP) digital, termasuk pedoman verifikasi informasi dari media sosial, kebijakan penggunaan AI, dan prosedur pembaruan berita (updating). SOP yang jelas membantu mengurangi risiko penyebaran hoaks dan kesalahan publikasi.
4. Integrasi antara tim redaksi dan tim teknologi harus diperkuat, mengingat media online tidak hanya memproduksi konten tetapi juga mengoperasikan platform digital. Kolaborasi lintas divisi akan meningkatkan efisiensi dan ketepatan penyajian berita.
5. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan data lapangan, seperti wawancara atau observasi ruang redaksi, agar dapat memberikan gambaran lebih empiris mengenai dinamika kerja media online. Studi pustaka memiliki kekuatan pada aspek teoretis, tetapi studi lapangan dapat memperkaya pemahaman tentang praktik aktual yang berlangsung di industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin, M. (2020). *Jurnalisme Kontemporer di Era Digital*. Penerbit Obor.
- Aulia, M. A. (2021). Transformasi redaksi media online dalam ekosistem digital. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 56–67.

- Bogdan, R., & Taylor, S. J. (1992). *Introduction to Qualitative Research Methods*. John Wiley & Sons.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Hanitzsch, T., & Vos, T. (2018). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles. *Journalism*, 19(2), 146–164.
- Ishwara, L. (2015). *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Prenadamedia Group.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism*. Three Rivers Press.
- Lestari, D. (2021). *Manajemen Media Digital: Struktur, Strategi, dan Tantangan*. Pustaka Utama.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solutions*. Beltz.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2012). *Mapping Digital Media: Indonesia*. Open Society Foundations.
- Pavlik, J. V. (2013). *Journalism and New Media*. Columbia University Press.
- Pavlik, J. V., & McIntosh, S. (2015). *Converging Media: A New Introduction to Mass Communication*. Oxford University Press.
- Rahardjo, T. (2017). Dinamika ruang redaksi dalam media online: Kecepatan versus akurasi. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1), 81–93.
- Romli, A. S. (2016). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Siber*. Nuansa Cendekia.
- Setyawan, A. (2020). Manajemen produksi berita di media daring: Analisis rutinitas redaksi. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 24(1), 12–24.
- Tamburaka, A. (2013). *Komunikasi Massa: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Rajagrafindo Persada.
- Ward, S. J. A. (2018). Digital media ethics: Changing environments, enduring values. *Journal of Media Ethics*, 33(3), 131–142.
- Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.