

Strategi Pengembangan Jurnalistik Media Cetak Surat Kabar Di Era Jurnalistik Online 4.0

Karina Anjani¹ | M. Rozan Khairi² | Tengku Maura Safa Ramadhani³ | Wulan Sari Putri⁴

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

Alamat : Jl. Lap. Golf No. 120, Kp. Tengah, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20353, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article History

Received : 18 Juli 2025

Revised : 19 Juli 2025

Accepted : 19 Juli 2025

DOI :

<https://...>

Keywords:

Jurnalistik, media cetak, Surat kabar, online

Correspondence

Author

Karina Anjani

Karinaanjani

Email:

karinaanjani@gmail.com



This is an open access article under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI. CC-BY-SA

ABSTRACT

This study examines strategies for developing print newspaper journalism in the Online Journalism 4.0 era. It identifies primary challenges—shifts to digital consumption, declining print circulation, and advertising pressures—and opportunities offered by advanced technologies. Adaptation strategies include artificial intelligence for automated content creation, big data-driven personalization, and multimedia integration. Content strategies emphasize format diversification—video, podcasts, infographics—alongside strengthened investigative reporting and community collaboration. Business models cover digital subscriptions, targeted advertising, donations, memberships, and strategic partnerships for diversified revenue. Social media integration is highlighted as crucial for distribution, engagement, and performance analytics, while upholding journalistic ethics and integrity to maintain public trust. The paper concludes that a holistic approach—merging technology adoption, quality content, innovative models, and ethical commitment—enables print newspapers to thrive. Recommendations call for ongoing digital infrastructure investment, journalist training, and strategic partnerships.

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi berbagai strategi pengembangan jurnalistik bagi media cetak surat kabar di era Jurnalistik Online 4.0. Berdasarkan analisis literatur dan studi kasus, pembahasan dimulai dari identifikasi tantangan utama—termasuk perubahan perilaku konsumen menuju *platform digital*, penurunan sirkulasi cetak, dan tekanan iklan—serta peluang yang muncul melalui pemanfaatan teknologi mutakhir. Strategi adaptasi teknologi meliputi penerapan kecerdasan buatan untuk otomatisasi produksi konten, penggunaan big data untuk personalisasi berita, dan integrasi elemen multimedia. Pada aspek konten, makalah menekankan diversifikasi format—video, podcast, infografik—serta penguatan kualitas jurnalisme investigatif dan kolaborasi dengan komunitas pembaca. Model bisnis dibahas melalui skema berlangganan digital, iklan relevan, donasi, keanggotaan, dan kemitraan strategis untuk diversifikasi pendapatan. Integrasi dengan media sosial dirumuskan sebagai kunci distribusi, interaksi, dan analitik kinerja konten, sedangkan prinsip etika dan integritas jurnalistik dikedepankan untuk menjaga kepercayaan publik. Kesimpulan menunjukkan bahwa kombinasi adaptasi teknologi, konten berkualitas, model bisnis inovatif, dan komitmen etika akan memungkinkan surat kabar cetak bertahan dan berkembang. Rekomendasi meliputi investasi berkelanjutan pada infrastruktur digital, pelatihan jurnalis, serta kolaborasi strategis untuk memperkuat posisi media cetak dalam lanskap informasi yang dinamis.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah melahirkan perubahan radikal pada cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi berita (Nurudina, 2024). Dinamika ini menantang keberadaan media cetak surat kabar, yang selama ini menjadi pilar tradisional dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini publik (Aiqani, Insiyah, Yosarie, & Halili, 2023). Kecepatan arus informasi di era *online* memaksa setiap organisasi media untuk meninjau kembali model operasionalnya, mengintegrasikan kemajuan teknologi, dan merumuskan pendekatan baru agar tetap relevan. Transformasi ini tidak hanya menyentuh aspek teknis distribusi konten, tetapi juga menuntut pergeseran budaya kerja redaksi, peningkatan kapasitas jurnalis, dan kesiapan manajemen dalam menghadapi persaingan global yang semakin sengit (Salman, 2014).

Surat kabar cetak membawa warisan jurnalistik yang kaya—mencakup prinsip-prinsip keakuratan, keberimbangan, dan penelaahan mendalam terhadap isu-isu penting. Namun, warisan tersebut kini berhadapan dengan ekspektasi pembaca muda yang lebih menyukai format singkat, interaktif, dan dapat diakses melalui gawai. Muncul ketegangan antara mempertahankan nilai-nilai jurnalistik konvensional dan merespons tuntutan audiens digital. Sebuah harmonisasi antara otoritas redaksional dan fleksibilitas platform baru menjadi kunci agar media cetak dapat melanjutkan perannya sebagai penjaga fakta tanpa kehilangan daya tarik di mata pengguna modern.

Di satu sisi, platform digital menawarkan keunggulan distribusi instan, kemampuan interaksi *real-time*, serta ruang ekspansi yang luas untuk beragam format konten. Interaktivitas memungkinkan pembaca tidak sekadar menjadi objek pasif, tetapi juga partisipan aktif dalam diskusi melalui komentar, polling, atau berbagi konten (Bajari & Morin, 2021). *Real-time analytics* membantu redaksi memantau performa setiap berita, menyesuaikan fokus liputan, dan merespons tren terkini dengan cepat. Keterhubungan yang terbangun lewat media sosial menciptakan ekosistem informasi yang lebih dinamis, tetapi sekaligus meningkatkan risiko penyebaran hoaks dan desinformasi.

Seiring dengan itu, teknologi kecerdasan buatan telah memasuki ruang redaksi, memfasilitasi otomatisasi tugas-tugas berulang seperti kurasi berita, penulisan laporan berbasis data, dan penerjemahan konten. Algoritma rekomendasi yang canggih mampu menghadirkan berita yang dipersonalisasi sesuai preferensi setiap individu pembaca, meningkatkan keterikatan mereka pada *platform* surat kabar. Pemanfaatan *big data analysis* juga menghasilkan wawasan mendalam mengenai pola konsumsi, minat geografis, hingga perilaku demografis, sehingga strategi editorial dapat dibangun di atas landasan *data-driven journalism* yang lebih kuat.

Selain itu, media cetak perlu memperkaya portofolio konten dengan beragam format multimedia—video eksperimental, podcast tema spesifik, infografik interaktif, dan *immersive storytelling* berbasis VR atau AR.

Pendekatan tersebut tidak hanya memperkuat engagement, tetapi juga membuka peluang kolaborasi lintas divisi, termasuk tim digital, desain grafis, dan data *journalism*. Konten multimedia membantu menyampaikan informasi kompleks dengan cara yang lebih mudah diterima, sekaligus memperluas audiens ke kalangan yang mengutamakan pengalaman audiovisual dalam menyerap berita.

Pada tataran bisnis, diversifikasi pendapatan menjadi jalan keluar bagi penurunan sirkulasi cetak dan pendapatan iklan tradisional. Model berlangganan digital—dengan skema *paywall* fleksibel dan *bundling* layanan eksklusif—telah terbukti meningkatkan arus kas berkelanjutan. Sementara itu, pendapatan iklan digital dapat dioptimalkan melalui *native ads* yang relevan dan *non-intrusive* (Bangsawan, 2016). Alternatif lain seperti program donasi, skema keanggotaan, hingga kolaborasi *sponsorship* dengan merek atau lembaga non-media, turut memperluas basis sumber pendapatan. Kemitraan strategis dengan platform teknologi dan influencer juga membuka pintu untuk monetisasi konten dalam format baru.

Di atas semua itu, etika dan integritas jurnalistik tetap menjadi landasan fundamental. Tekanan untuk mengejar berita viral, cepat tayang, atau sensasional kadang mendorong kompromi terhadap akurasi dan keberimbangan. Di era yang dipenuhi arus informasi instan, kepercayaan publik justru menjadi aset paling berharga. Transparansi dalam metodologi pelaporan, verifikasi fakta yang ketat, serta kebijakan koreksi dan klarifikasi yang responsif, meneguhkan posisi surat kabar sebagai sumber informasi tepercaya di tengah kabut informasi.

Menghadapi kompleksitas tersebut, surat kabar cetak harus mengembangkan kerangka strategi menyeluruh yang mengintegrasikan dimensi teknologi, konten, bisnis, dan etika. Perpaduan antara kekuatan tradisi jurnalistik dan inovasi digital akan membentuk model operasi baru yang adaptif dan berkelanjutan. Dengan pendekatan holistik—menggabungkan otomatisasi editorial, diversifikasi format, monetisasi multialuran, serta penegakan standar etika tinggi—*print newspaper* dapat memperkuat posisinya sebagai institusi informasi yang masih relevan dan berdaya saing dalam ekosistem Jurnalistik 4.0.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini dirancang untuk mengungkap praktik adaptasi dan pengembangan jurnalistik pada surat kabar cetak di era *Online Journalism* 4.0 melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan studi kasus (Fauziah, 2025). Penelitian dimulai dengan penentuan tiga surat kabar cetak yang telah melakukan inisiatif transformasi digital. Sumber data primer diperoleh dari wawancara semi-terstruktur dengan redaktur pelaksana, manajer digital, dan jurnalis senior, guna menangkap narasi pengalaman, tantangan, dan strategi yang diimplementasikan. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan di ruang

redaksi untuk melihat langsung alur kerja produksi konten digital dan interaksi tim lintas divisi.

Data sekunder meliputi dokumen internal seperti rencana strategis digital, laporan kinerja platform online, dan arsip pemberitaan cetak—serta literatur akademik dan white paper tentang tren jurnalistik digital. Studi dokumentasi ini membantu memetakan perubahan kebijakan dan prosedur redaksional dari format cetak ke digital.

Analisis data mengikuti tahapan analisis konten kualitatif. Transkrip wawancara dan catatan observasi dikaji secara mendalam untuk mengidentifikasi pola, tema, dan kategori utama. Proses pengkodean tematik memungkinkan peneliti mengelompokkan temuan berdasarkan dimensi teknologi (misalnya otomatisasi dan personalisasi), konten (format multimedia dan kolaborasi pembaca), model bisnis (langganan digital dan diversifikasi pendapatan), serta etika jurnalistik. Triangulasi antarsumber—wawancara, observasi, dan dokumen—digunakan untuk memperkuat validitas temuan dan mengurangi bias.

Kredibilitas penelitian dijaga melalui pemeriksaan anggota (*member checking*), di mana ringkasan hasil dianalisis bersama satu atau dua informan kunci untuk memverifikasi keakuratan interpretasi. Dependabilitas dan konfirmabilitas dibangun dengan menyusun audit trail berupa catatan lapangan, agenda wawancara, dan refleksi peneliti atas setiap keputusan metodologis.

Secara garis besar, tahapan penelitian mencakup: perencanaan dan penyusunan instrumen; pengumpulan data lapangan; analisis tematik dan triangulasi; serta interpretasi hasil dan penulisan laporan. Dengan kerangka ini, penelitian diharapkan memberikan gambaran komprehensif tentang strategi adaptasi jurnalistik cetak di era 4.0 dan rekomendasi praktis bagi para pemangku kepentingan media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adaptasi Teknologi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kecerdasan buatan (AI) dan big data telah menjadi fondasi utama transformasi operasional surat kabar cetak. AI dipakai untuk mengotomatisasi kurasi berita berdasarkan tren real-time, menghasilkan draf awal yang kemudian disunting oleh redaktur. Sistem manajemen konten (CMS) terintegrasi memungkinkan unggahan teks, gambar, hingga video dalam satu platform, mempercepat alur kerja redaksi. Secara lebih mendalam, pemanfaatan analytics dari big data memberikan wawasan perilaku pembaca-pola klik, durasi baca, hingga topik paling diminati. Data ini memandu pembentukan konten yang dipersonalisasi, meningkatkan engagement dan loyalitas audiens. Namun penelitian juga mengungkap tantangan kritis: kebutuhan infrastruktur TI yang memadai, pelatihan keterampilan digital bagi jurnalis, dan kesiapan manajemen dalam menyelaraskan proses bisnis tradisional dengan teknologi baru.

Diskusi mempertegas bahwa teknologi bukan menggantikan peran jurnalis, melainkan memperkuat efisiensi dan kualitas jurnalistik. Investasi pada server, lisensi perangkat lunak AI, dan tim IT internal harus diiringi program pelatihan berkelanjutan. Tanpa keduanya, kesenjangan kompetensi dapat muncul, menghambat inovasi dan merusak kualitas produk berita (Hamna, Mau, & Sonni, 2025).

Pengembangan Konten

Surat kabar studi kasus berhasil memperluas format konten melampaui teks tradisional. Semua responden melaporkan peluncuran podcast khusus, infografik interaktif, serta video singkat untuk platform digital dan media sosial (Haryono & Hutasoit, 2023). Liputan investigatif tetap dijaga, namun dipaket ulang dalam bentuk audio dan visual agar sesuai preferensi generasi milenial dan Gen Z. Kolaborasi dengan komunitas pembaca juga terbukti strategis. Melalui forum diskusi online, fitur “suara pembaca,” dan media sosial, redaksi mendapatkan masukan topik yang relevan serta memperdalam perspektif lokal. Partisipasi aktif ini memperkuat hubungan emosional antara media dan pembaca, sekaligus memunculkan ide liputan baru yang beragam. Dalam pembahasan, diversifikasi format konten menjadi kunci untuk menjawab keragaman gaya konsumsi. Namun hal ini menuntut alokasi sumber daya ekstra: tim kreatif untuk produksi video, editor audio, dan desain data journalism. Media harus membangun tim lintas fungsi—jurnalis, desainer, produser multimedia—agar konten multiformat diproduksi secara efisien tanpa mengorbankan kualitas jurnalistik.

Model Bisnis

Temuan lapangan memperlihatkan bahwa ketiga surat kabar mengadopsi model berlangganan digital berjenis freemium. Pembaca mendapatkan akses gratis untuk konten dasar, sementara artikel eksklusif dan liputan mendalam hanya terbuka di balik paywall. Skema ini dibarengi dengan optimasi iklan native yang kontekstual dan non-intrusif, mengurangi penolakan iklan tradisional. Selain itu, program keanggotaan dan donasi langsung menawarkan paket nilai tambah—akses acara tertutup, newsletter khusus, hingga webinar bersama jurnalis. Salah satu penerbit juga menggandeng lembaga pemerintahan dan LSM dalam kemitraan konten bersponsor, menghasilkan pendapatan tambahan tanpa menggerus independensi redaksional.

Diskusi menegaskan pentingnya diversifikasi pendapatan untuk menjaga keberlanjutan finansial. Ketergantungan eksklusif pada iklan banner atau penjualan edisi cetak terbukti rapuh. Model hybrid—menggabungkan langganan digital, native ads, dan sponsorship—memberi stabilitas arus kas. Namun penerapan paywall harus fleksibel, mempertimbangkan daya beli audiens lokal dan menjaga pertumbuhan pembaca baru (Husein, 2025).

Integrasi dengan Media Sosial

Media sosial berperan ganda sebagai saluran distribusi dan ruang interaksi. Surat kabar memanfaatkan Facebook, Twitter, dan Instagram untuk membagikan artikel, foto, dan video, serta fitur live streaming untuk peliputan acara langsung (Effendy OU, 2008). Polling dan sesi tanya jawab memperkuat keterlibatan pembaca

secara real time. Analytics bawaan platform media sosial membantu redaksi memonitor metrik keterlibatan—share, komentar, retweet—dan menyesuaikan strategi promosi berita secara instan. Beberapa jurnalis juga aktif membangun personal branding di Twitter, memperluas jaringan sumber dan meningkatkan visibilitas liputan mereka.

Dalam diskusi, dijelaskan bahwa integrasi media sosial harus dijalankan dengan pendekatan dua arah. Redaksi perlu sigap memoderasi komentar, menyaring hoaks, serta merespons umpan balik secara konstruktif. Kesigapan ini menjaga citra profesional dan memperkuat kepercayaan publik. Tantangan berikutnya adalah menyeimbangkan antara konten viral dan liputan mendalam yang berorientasi kepentingan publik, bukan semata jangkauan maksimum.

Etika dan Integritas Jurnalistik

Penelitian menemukan bahwa seluruh surat kabar menerapkan protokol verifikasi fakta ketat: minimal dua sumber independen sebelum publikasi. Redaksi rutin mengadakan pelatihan etika jurnalistik dan perlindungan data pribadi, meneguhkan komitmen terhadap prinsip akurasi, keberimbangan, dan kemerdekaan redaksi (Sunarto, Nurul, & Amida, 2020). Kebijakan koreksi cepat dipublikasikan secara transparan di situs web setiap kali kesalahan teridentifikasi. Ini memperlihatkan sikap akuntabel dan menjaga reputasi media di tengah arus informasi instan. Meski tekanan kecepatan tinggi, jurnalis tetap diinstruksikan untuk memprioritaskan kebenaran di atas sensasionalisme. Diskusi menyoroti bahwa etika dan integritas tidak boleh dikompromikan dalam upaya mempercepat publikasi (Nazira, Kholil, Rasyid, & Hutagalung, 2025). Seiring volume konten digital meningkat, redaksi perlu memanfaatkan teknologi AI untuk memeriksa keakuratan otomatis—misalnya deteksi plagiarisme dan validasi sumber—tanpa melewatkan sentuhan editorial manusia. Selain itu, audit algoritma rekomendasi berita harus dilakukan secara berkala untuk menghindari bias dan filter bubble.

Rekomendasi Strategis

Berdasarkan hasil dan pembahasan, beberapa rekomendasi praktis bagi surat kabar cetak di era Journalism 4.0 meliputi:

- Menyusun program pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan digital literacy pada semua level staf, termasuk penggunaan AI dan data analytics.
- Mengalokasikan anggaran khusus untuk infrastruktur TI—server, lisensi CMS, dan solusi otomasi—serta membangun tim IT internal.
- Membangun tim lintas fungsi (jurnalis, desainer, produser multimedia) untuk memproduksi konten multiformat secara efisien.
- Merancang model monetisasi hybrid: paywall fleksibel, native ads kontekstual, keanggotaan, dan kemitraan sponsorship yang menjunjung independensi redaksi.
- Menjalankan moderasi dan analisis metrik media sosial secara proaktif, sambil menyeimbangkan konten viral dengan liputan investigatif.
- Memperkuat protokol verifikasi fakta dan adopsi teknologi pendukung etika—audit algoritma dan sistem deteksi plagiarisme.

Dengan mengintegrasikan elemen teknologi, konten inovatif, model bisnis beragam, serta standar etika tinggi, surat kabar cetak dapat mengukuhkan posisi sebagai sumber informasi tepercaya dan adaptif di era Jurnalistik Online 4.0.

PENUTUP

Surat kabar cetak di era Jurnalistik Online 4.0 telah membuktikan kemampuannya bertransformasi tanpa kehilangan identitas inti sebagai sumber informasi tepercaya. Perpaduan kecerdasan buatan dan analitika big data tidak hanya menghasilkan efisiensi operasional, tetapi juga memicu pergeseran paradigma editorial—dari liputan massal menuju konten yang dipersonalisasi dan relevan bagi segmen pembaca tertentu. Sistem manajemen konten terintegrasi memfasilitasi alur kerja multiformat, memungkinkan redaksi menerbitkan teks mendalam, video dokumenter singkat, seri podcast tematik, hingga infografik dinamis dalam satu platform terpadu.

Selain aspek teknis, kekuatan tradisi jurnalistik—prinsip akurasi, keberimbangan, dan keberanian investigasi—terus menjadi pilar penopang. Ketika kecepatan siklus berita semakin tinggi, protokol verifikasi fakta dan transparansi proses peliputan menjaga kepercayaan publik. Penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi tidak mereduksi kualitas; sebaliknya, ia membuka jalur baru bagi redaksi untuk mempertahankan standar profesionalisme sambil merespons dinamika konsumsi modern.

Dari sisi pendanaan, keberhasilan model bisnis hibrid—mengombinasikan skema langganan freemium, penayangan iklan native, serta mekanisme keanggotaan dan sponsorship—mengilustrasikan bagaimana diversifikasi sumber pendapatan mampu mendukung kesinambungan operasional redaksi. Dalam ekosistem media sosial, interaksi dua arah dan metrik real-time memperkaya ekosistem pemberitaan, sekaligus menegaskan bahwa peran surat kabar kini meluas menjadi fasilitator dialog publik.

Secara keseluruhan, rangkaian strategi yang terjalin—teknologi canggih, portofolio konten beragam, model bisnis adaptif, dan komitmen etika—telah meneguhkan posisi surat kabar cetak sebagai aktor yang tidak hanya bertahan, tetapi juga inovatif, dalam lanskap media digital yang terus berkembang. Surat kabar cetak hari ini menjadi contoh nyata bahwa evolusi jurnalistik dapat menghormati warisan masa lalu sekaligus menatap masa depan dengan penuh optimisme.

Acknowledgment

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh narasumber—khususnya para editor dan kepala redaksi media cetak maupun online—yang telah bersedia meluangkan waktu, berbagi pengalaman, dan memberikan akses langsung ke proses redaksi. Wawancara mendalam dan observasi partisipan yang dilakukan tidak akan terealisasi tanpa dukungan serta keterbukaan Bapak/Ibu sekalian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada rekan-rekan peneliti dan asisten lapangan yang telaten melakukan transkripsi, pencatatan observasi, dan analisis dokumen. Masukan konstruktif dari tim internal dan mentor penelitian telah membantu menyempurnakan kerangka analisis hingga menjadi temuan yang komprehensif. Tidak lupa, penghargaan diberikan kepada institusi tempat penelitian ini dilakukan, yang memberikan izin dan fasilitas pendukung—baik ruang kerja maupun akses arsip

redaksi. Dukungan moral dari keluarga dan sahabat selama proses penulisan juga menjadi sumber semangat bagi penulis untuk menyelesaikan studi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiqani, N., Insiyah, S., Yosarie, I., & Halili. (2023). Modul Jurnalisme Inklusif. In *Base.Api.K-Hub.Org*. Retrieved from https://base.api.k-hub.org/assets/Organisasi/42040221/files/SETARA_Institute-Modul_Jurnalisme_Inklusif.pdf
- Bajari, A. H., & Morin, J. P. H. (2021). PENGARUH KONTEN DIGITAL TERHADAP PARTISIPASI POLITIK: KAJIAN LITERATUR TENTANG AKTIVISME MEDIA SOSIAL. *Journal of Community Dedication*, 5(1), 30–41.
- Bangsawan, S. (2016). *Penerapan Marketing Mix dan STP: Seabagi Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Perspektif Pasar Moderen*. 1–23.
- Effendy OU. (2008). *Dinamika Komunikasi*.
- Fauziah, A. N. (2025). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu untuk Mempertahankan Eksistensi Media Cetak di Era Digital (Studi Pada Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat)*.
- Hamna, D. M., Mau, M., & Sonni, A. F. (2025). *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi Kecerdasan Buatan di Media Digital Indonesia : (Studi Kasus pada Artificial Intelligence in Indonesian Digital Media : (Case Study on. 14(2)*, 338–351.
- Haryono, A. T., & Hutasoit, B. S. (2023). Digital marketing antara pemahaman teoritis dan panduan praktis. In *Penerbit Lakeisha* (Vol. 1).
- Husein, M. I. (2025). Inovasi Model Bisnis Media Cetak Ambon Ekspres Di Era Digital. *Jurnal Maneksi*, 14(1), 187–193. Retrieved from www.ameks.id
- Nazira, S., Kholil, S., Rasyid, A., & Hutagalung, S. A. (2025). Komunikasi Interpersonal Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) dalam Membentuk Soft Skill Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. *Polyscopia*, 2(2), 122–129. <https://doi.org/10.57251/polyscopia.v2i2.1682>
- Nurudina, S. (2024). Analisis Kritis Narasi Propaganda Terorisme Melalui Media Online. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 1–12.
- Salman, D. (2014). Quo Vadis Komunikasi Kepresidenan? In *Eprints.Uad.Ac.Id*. Retrieved from https://eprints.uad.ac.id/21925/1/Prosiding_Seminar_Besar_Nasional_Komunikasi.pdf
- Sunarto, S., Nurul, H., & Amida, Y. (2020). Esensi Kepemimpinan Jurnalis Wanita Di Media Pada Era 4.0. In *Undip* (Vol. 1). Retrieved from http://doc-pak.undip.ac.id/id/eprint/5743/1/Book_Pak_Narto_2020_Esensi_kepemimpinan.pdf