

## **Analisis Penerapan Dimensi Konvergensi Terhadap Suara Surabaya Media**

**Christian Steven Dylano Holatila**

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Negeri Surabaya  
Email: christian.19036@mhs.unesa.ac.id

**Muhammad Danu Winata**

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Negeri Surabaya  
Email: muhammadwinata@unesa.ac.id

### **Abstrak**

Disrupsi Digital mendorong transisi pada alur kerja Industri Media Massa untuk beralih dari analog menjadi digital. Setiap jenis media massa konvensional perlu untuk melakukan inovasi agar dapat berkembang mengikuti zaman sekaligus menjaga jati diri. Konvergensi Media Massa merupakan salah satu langkah yang perlu untuk dilakukan oleh perusahaan media massa konvensional agar dapat meningkatkan relevansi, sembari menjaga eksistensi mereka. Sebagai salah satu bentuk media konvensional, radio juga mengalami kesulitan untuk dapat menjaga eksistensi dan relevansi dengan masyarakat digital. Perusahaan radio internasional hingga perusahaan radio nasional di Indonesia mengalami tantangan yang sama, begitupun dengan radio lokal. Suara Surabaya merupakan salah satu contoh radio lokal yang sejak awal berdiri menyadari mengenai pentingnya bertumbuh mengikuti perkembangan teknologi, mengembangkan jangkauan digital dan mengintegrasikan setiap *platform* yang dimiliki melalui penerapan Konvergensi Media. Hasil dari penerapan ini membuat Suara Surabaya sebagai radio lokal mampu menjaga eksistensi dan relevansi di tengah gempuran media - media digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa penerapan Konvergensi Suara Surabaya menurut klasifikasi dari masing - masing dimensi konvergensi, antara lain : *Ownership Convergence, Tactical Convergence, Structural Convergence, Information - Gathering Convergence, & Structural Convergence*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan keterkaitan antara eksistensi Suara Surabaya dengan penerapan Konvergensi, serta mengupas secara rinci mengenai pengelolaan Konvergensi Media Suara Surabaya.

**Kata Kunci:** Konvergensi Media Massa, Dimensi Konvergensi, Suara Surabaya

### **Abstract**

Digital Disruption drives the transition in the Mass Media Industry workflow from analog to digital. Every type of conventional mass media needs to innovate in order to develop with the times while maintaining its identity. Mass Media Convergence is one of the steps that conventional mass media companies need to take in order to increase relevance, while maintaining their existence. As a form of conventional media, radio also experiences difficulties in maintaining its existence and relevance to the digital community. International radio companies to national radio companies in Indonesia experience the same challenges, as do local radio. Suara Surabaya is one example of a local radio that since its inception has realized the importance of growing with technological developments, developing digital reach and integrating each platform it has through the implementation of Media Convergence. The results of this implementation make Suara Surabaya as a local radio able to maintain its existence and relevance amidst the onslaught of digital media. This study aims to analyze the implementation of Suara Surabaya Convergence according to the classification of each dimension of convergence, including: *Ownership Convergence, Tactical Convergence, Structural Convergence, Information - Gathering Convergence, & Structural Convergence*. The results of this study show the relationship between the existence of Suara Surabaya and the implementation of Convergence, and examine in detail the management of Suara Surabaya Media Convergence.

**Keywords:** Mass Media Convergence, Dimensions of Convergence, Suara Surabaya

## PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan digital telah menciptakan disrupsi dalam dunia industri yang spesifik di berbagai sektor. Cepat atau lambat tiap industri harus mampu beradaptasi dengan peralihan ini agar dapat menjaga eksistensi dan relevansi dengan masyarakat selaku konsumen. Hal yang sama pun dialami oleh industri media massa.

Jika menelisik berdasarkan sejarah, cikal bakal media massa diawali dengan penggunaan media cetak sebagai medium penghantar informasi (Nurudin, 2007). Seiring dengan perkembangan teknologi, muncul suatu jenis media massa bernama "Media Massa Elektronik" yang menggunakan perangkat elektronik serta energi elektromagnetik sebagai medium komunikasi massa. Kehadiran radio merupakan tonggak awal dari lahirnya jenis media massa elektronik. Radio adalah suatu media yang berbasis audio, dimana proses penyampaian pesan dilakukan melalui proses transmisi sehingga menghasilkan gelombang - gelombang suara yang dikemas menjadi konten berisi beragam aspek aktual dalam kehidupan bermasyarakat (Anwar Arifin, 1984). Konsep radio sebagai media yang bersifat auditif memiliki daya tarik tersendiri yang disukai oleh masyarakat umum dari berbagai kalangan (Romli, 2004).

Hadirnya internet dan media digital menghasilkan disrupsi digital, yang mengancam eksistensi media massa konvensional. Jauh sebelum pandemi Covid - 19 melanda, dampak negatif dari kehadiran internet mulai terasa oleh perusahaan media massa. Persaingan tersebut juga dihadapi industri radio, data dari Array Digital (2019) menunjukkan persaingan radio di Amerika Serikat bukan hanya melawan sesama media massa konvensional, tetapi juga melawan media - media digital yang terus bermunculan. Kejadian serupa juga terjadi di Indonesia, beberapa radio lokal seperti MPM Cemerlang perlu melakukan pengurangan pegawai guna mengantisipasi ancaman kebangkrutan (Kontan, 2016). Berdasarkan data dari Nielsen Radio Audience Measurement, sepanjang tahun 2016 hingga 2018, angka pendengar radio turun perlahan dari 37,6 persen menjadi 34,3 persen.

Radio kembali mengalami tantangan baru sebagai dampak lahirnya virus Covid-19. Adrian Syarkawie CEO Mahaka Radio Integra mengatakan bahwa di masa pandemi, perusahaan ataupun mitra iklan dan promosi melakukan penarikan dan menahan aktivitasnya yang mengakibatkan menurunnya jumlah pendapatan radio dari segi iklan (Kosasih, 2021). Ketakutan ini kemudian tergerus oleh fakta yang terjadi, dimana pada awal pandemi setidaknya pendengar radio mengalami

peningkatan jumlah pendengar terutama di Jakarta (PRSSNI, 2020).

Data dan pernyataan di atas menunjukkan bahwa radio masih memiliki kesempatan untuk terus beradaptasi mengikuti perkembangan yang ada, dengan melebarkan sayap melalui platform - platform digital lain. Strategi ini dinamakan Konvergensi Media, yang dapat diartikan sebagai penyatuan berbagai metode dan teknologi komunikasi serta informasi (Khomsahrial Romli, 2016). Dalam konteks ini, strategi Konvergensi Media ini dilakukan dengan melakukan penggabungan media telekomunikasi tradisional dengan internet sekaligus. Hal ini menyebabkan perubahan signifikan dalam berbagai aspek termasuk penanganan, distribusi, dan pemrosesan beragam bentuk informasi mulai dari audio, visual, data, dan sebagainya (Preston, 2001).

Rich Gordon (2003) mengklasifikasikan tahapan dari penerapan konvergensi menjadi beberapa dimensi. Dimensi - dimensi ini berkaitan dengan pola penerapan konvergensi yang relevan dijalankan oleh perusahaan media massa dewasa ini. Terdapat lima dimensi konvergensi yang terdiri dari *ownership convergence, tactical convergence, structural convergence, information gathering convergence, & storytelling convergence*. Kelima dimensi tersebut saling berkelindan membentuk strategi yang optimal guna menghadapi era digitalisasi.

Implementasi ini juga tengah dilakukan oleh radio lokal, tetapi tantangan yang dihadapi terletak pada pangsa pasar yang hanya terfokus pada satu wilayah tertentu, sehingga dampak yang dihasilkan dari penerapan konvergensi media pada radio lokal perlu dipertanyakan. Di Surabaya, yang notabene merupakan salah satu kota besar di Indonesia, perkembangan media mainstream radio juga mengalami kendala dengan keberadaan disrupsi digital ini. Efektivitas penerapan konvergensi media merupakan solusi yang masih perlu dipertanyakan di tengah persaingan stasiun radio di Surabaya. Penulis menemukan suatu stasiun radio yang masih memiliki tingkat eksistensi yang tinggi di kalangan masyarakat Surabaya dan melakukan penerapan dari tiap Dimensi Konvergensi Media di berbagai platform. Media Radio tersebut adalah SS Media atau Suara Surabaya Media.

Suara Surabaya FM 100 merupakan salah satu stasiun radio terkenal di Kota Surabaya dan Jawa Timur yang didirikan mulai 11 juni 1983. Sejak berdirinya, Suara Surabaya menerapkan format siaran jurnalisme radio. Kehadiran Suara Surabaya kala itu menjadi salah satu radio swasta pertama Indonesia yang berkonsep radio informasi. Hal yang melatarbelakangi rancangan ini adalah realita industri radio kala itu yang dihiasi dengan konten

hiburan. (Sampoerno, Herwandito, & Kartika Sari, 2018).

Berdasarkan fakta tersebut, dapat disimpulkan bahwa sejak berdirinya Suara Surabaya telah menerapkan karakter yang tergolong sangat kuat dan spesifik untuk ukuran perusahaan radio lokal. Sejak didirikan, Suara Surabaya telah menunjukkan karakter yang lekat dengan konsep inovasi dan pembaruan yang menjadi salah satu pionir pada kala itu. Sifat inovatif ini terus dibawa oleh setiap strategi Suara Surabaya Media hingga era digitalisasi kini.

Radio ini melakukan self-proclaim bahwa format radio mereka merupakan yang pertama menerapkan news interaktif solutif di Indonesia pada tahun 1994. Sejak saat itu, Suara Surabaya mengembangkan pola siaran yang interaktif dibalut dengan dasar jurnalistik yang beberapa tahun kemudian diberi julukan sebagai "citizen journalism", dimana warga yang menjadi "jurnalis" atau reporter untuk masyarakat itu sendiri. Rancangan awal radio Suara Surabaya yang bertujuan untuk memberitakan situasi di sekitar, perlahan kian terbantu oleh warga yang melaporkan situasi sekitar mereka kepada radio. Sebagai radio news interaktif, masyarakat Surabaya cukup sering menjadikan Suara Surabaya menjadi sarana pengaduan untuk melaporkan kejadian pencurian dan kehilangan di Surabaya.

Perkembangan teknologi yang mempengaruhi eksistensi media ini sebenarnya telah disadari oleh radio Suara Surabaya sejak lama. Pada tahun 2000 awal, Suara Surabaya meluncurkan suarasurabaya.net yang pada awalnya digunakan dengan tujuan untuk mendengarkan radio streaming. Tidak lama setelah itu, suarasurabaya.net juga digunakan sebagai portal berita online. Seiring berjalannya waktu, strategi konvergensi Suara Surabaya terus berkembang dengan terus menggabungkan berbagai macam platform media dari media konvensional, hingga *new media* (*facebook, twitter, website, Instagram, radio streaming*), dan bersinergi menjadi satu di bawah bendera Suara Surabaya Media. Berikut merupakan *platform - platform* yang digunakan Suara Surabaya, beserta data *traffic* nya :

**Suarasurabaya.net.** Pada awal tahun 2024, total pengguna yang aktif mengakses berita dari suarasurabaya.net berjumlah 6, 29 Juta, dengan durasi kunjungan rata - rata 02 : 25 menit.

**Suara Surabaya Mobile.** Pada awal tahun 2024, pengguna aktif aplikasi ini berjumlah 103 ribu dengan durasi kunjungan rata - rata selama 28 menit 36 detik.

**Youtube.** Pada awal tahun 2024, jumlah subscriber dari channel Suara Surabaya mencapai

angka 74,8 ribu, dengan waktu tonton selama 80,2 ribu jam.

**Instagram.** Per awal tahun 2024, akun Instagram, Suara Surabaya memiliki pengikut Instagram sebanyak 697.418 pengikut, dengan jumlah Reach & Impressions sebanyak 9 juta serta 118,1 juta.

**X.** Pada awal tahun 2024, Suara Surabaya memiliki pengikut X sebanyak 1.576.910 pengikut. Jumlah like berada di angka 9,05 juta dan total penayangan sebanyak 85,2 juta.

**Facebook.** Memiliki pengikut sebanyak 1.576.910 pengikut, per awal tahun 2024. Akun Facebook Suara Surabaya memiliki jumlah Reach & Interaction sebanyak 15,1 juta serta 7,9 juta.

**TikTok.** Pada awal tahun 2024, jumlah pengikutnya sebanyak 20,9 ribu, dengan total likes, sebanyak 381,8 ribu dan jumlah penayangan sebesar 10 juta.

Konvergensi yang dilakukan oleh radio Suara Surabaya menghasilkan sinergi antara aspek digital dan konvensional. Penggunaan berbagai media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, meningkatkan efektivitas pengaduan informasi oleh masyarakat. Bila ada aduan dari warga mengenai suatu kasus, dan informasi ini disebarluaskan melalui berbagai media jaringan radio Suara Surabaya maka informasi tersebut akan menjadi perhatian masyarakat luas. Keterbukaan, transparansi, news, interaktif dan solutif menjadi salah satu kunci untuk membangun kepercayaan masyarakat.

Jika kita mengamati pada jajaran radio dengan jumlah pendengar terbanyak di Surabaya, nama Suara Surabaya berada pada urutan 5 besar. Asip Suara Surabaya Media (2020), mencatat bahwa Suara Surabaya berada pada urutan ke - 4 (AR Hidayah, 2020). Namun, jika kita menelisik berdasarkan data "Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia" (PRSSNI) PD Jawa Timur pada tahun 2022, Suara Surabaya stasiun radio memiliki tarif iklan yang paling tinggi dibanding radio - radio tersebut.

Penerapan strategi konvergensi, tidak membuat Suara Surabaya melupakan radio sebagai poros utama media mereka. Pertumbuhan pendengar terus meningkat, selama 5 tahun terakhir. Tingkat interaksi & kontribusi masyarakat juga tinggi, dimana hal ini dapat menjadi nilai tambah bagi aspek bisnis Suara Surabaya sebagai perusahaan media.

## METODE

Pendekatan yang digunakan penulis dalam penyusunan penelitian ini adalah metode kualitatif. Penggunaan pendekatan kualitatif ini dapat menggali informasi dengan tingkat kedalaman yang

lebih tinggi sehingga penulis mampu mengurai permasalahan dan menarik kesimpulan dengan lebih jelas. Menurut Sukmadinata (2017) metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, dari perspektif partisipan dengan lebih memperhatikan kualitas, karakter dan kedalaman data yang diperoleh daripada jumlah data.

Pada konteks penelitian ini, penulis menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Penggunaan unsur deskriptif memungkinkan penulis untuk mendeskripsikan peristiwa yang terjadi berdasarkan penggalian informasi dari objek penelitian, sehingga menghasilkan analisis rinci terkait subjek yang diteliti (Adiputra, 2021). Moleong (2010) menjelaskan bahwa, apabila unsur deskriptif dikombinasikan dengan pendekatan kualitatif, maka peneliti dapat mengkonversi dan menjabarkan data penelitian secara rinci atas objek penelitian. Penelitian kualitatif deskriptif dapat dikategorikan sebagai jenis penelitian yang berlandaskan paradigma post - positivisme (Sugiyono, 2022). Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa hasil penelitian kualitatif deskriptif, mampu melihat hasil penelitian secara lebih gamblang.

Definisi dari unit analisis adalah satuan tertentu yang digunakan sebagai indikator terhadap subjek penelitian. Secara prosedur, unit analisis memerlukan prosedur pengambilan sampel yang di dalamnya mencakup sampling dan satuan kajian untuk mendapatkan hasil yang optimal dan valid. Morris (2017) mengemukakan bahwa, unit analisis melibatkan seluruh aspek yang diteliti untuk mendapatkan penjelasan yang spesifik mengenai unit yang dianalisis secara keseluruhan, unit analisis ini juga dapat disebut sebagai unit observasinya.

Proses analisa penulis terhadap penerapan strategi konvergensi Suara Surabaya, dilakukan dengan cara mengklasifikasi data dan hasil wawancara dari beberapa narasumber sesuai dengan Teori Rich Gordon mengenai 5 Dimensi Konvergensi Media Massa. Pengklasifikasian dari jawaban tiap narasumber akan membantu penulis untuk menemukan korelasi antara penerapan konvergensi Suara Surabaya dan eksistensi mereka sebagai media konvensional yang bertahan di era digitalisasi. Adapun narasumber yang penulis wawancarai, adalah *Editor In Chief*, Koordinator Redaktur *New Media*, *Content Creator*, *Research and Development*, serta Reporter Nasional dan Jawa Timur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.2.1 Ownership Convergence

Konvergensi media massa merupakan suatu strategi yang menjadi jawaban akan tantangan era digitalisasi terkait perubahan pola komunikasi dan konsumsi media massa (Jenkins, 2006). Konvergensi memandang kombinasi dari tiap platform media yang dimiliki perusahaan media massa agar tiap konten berita dapat terdistribusi secara integral. Strategi ini mampu mengoptimalkan dampak dengan biaya yang lebih rendah (Dwyer, 2010). Pada penerapannya perusahaan media massa perlu untuk memperluas jangkauannya melalui proses akuisisi atau merambah ke medium digital maupun konvensional yang beragam. Rich Gordon (2003), menggolongkan proses perluasan jangkauan ini sebagai Ownership Convergence atau Konvergensi Kepemilikan.

Suara Surabaya telah menerapkan tahapan dimensi konvergensi ini dengan melebarkan lingkup jangkauannya terhadap beragam platform digital. Platform digital yang di naungi oleh Suara Surabaya tidak hanya berkuat pada media sosial, melainkan juga portal berita online, aplikasi, radio digital, dan lain - lain. Keuntungan dari penerapan dimensi konvergensi kepemilikan, terletak pada dampak yang dihasilkan oleh setiap konten berita Suara Surabaya memiliki tingkat efektifitas tinggi. Dampak ini diperoleh oleh Suara Surabaya dengan memanfaatkan tiap sumber daya yang dimiliki secara efisien.

Apabila dibedah secara keseluruhan, efektifitas dampak dari penerapan Ownership Convergence di Suara Surabaya terjadi karena tiap platform saling terintegrasi. Konten berita yang dihasilkan oleh satu platform akan dapat diamplifikasi oleh kekuatan dari platform lainnya. Hal ini terjadi karena tiap platform memiliki kekuatannya masing - masing serta karakter yang berbeda - beda. Aspek efisiensi yang didapat salam penerapan dimensi ini, terletak pada proses produksi konten berita yang mengoptimalkan tiap sumber daya Suara Surabaya. Optimalisasi sumber daya ini mampu menghasilkan dampak yang besar tanpa membuang terlalu banyak modal atau tenaga.

Konsekuensi dari penerapan konvergensi Suara Surabaya adalah perlunya untuk mengintegrasikan setiap unsur yang dimiliki mereka sebagai perusahaan media massa. Apabila perusahaan media massa yang menerapkan konvergensi, mengesampingkan aspek integrasi, maka proses pengembangan jangkauan melalui medium-medium yang beragam tidak dapat berjalan dengan optimal. Berdasarkan hasil penelitian terkait integrasi yang diterapkan Suara Surabaya, jenis integrasi yang diterapkan ada tiga, antara lain : Integrasi Produk, Integrasi Struktur, dan Integrasi Sumber Daya.

**Integrasi Produk** pengaplikasiannya terfokus pada penyatuan atau penyelarasan antar konten yang diunggah Suara Surabaya melalui medium – medium yang dimiliki. Integrasi Produk yang diterapkan oleh Suara Surabaya berdampak terhadap kenyamanan masyarakat terkait pola konsumsi berita. Pada penerapannya, Suara Surabaya mampu untuk mengkombinasikannya dengan karakter beritanya yang relevan, cepat, dan akurat.

**Integrasi Struktur** pada konteks pemberitaan Suara Surabaya dapat dilihat pada pengelolaan proses produksi berita, distribusi, dan lainnya melalui sumber daya manusianya. Tiap divisi yang berada di bawah naungan Suara Surabaya mampu berkoordinasi dengan baik dan saling melengkapi satu sama lain.

**Integrasi Sumber Daya** terfokus pada cara Suara Surabaya menerapkan komodifikasi sumber dayanya secara optimal. Mulai dari perangkat peliputan, hingga sumber daya manusia yang dimiliki Suara Surabaya, mampu saling melengkapi dan dapat dipergunakan oleh setiap divisi di Suara Surabaya. Hal ini membuat Suara Surabaya mampu menjalankan tiap aspek produksi secara lebih terukur, dengan hasil yang relatif besar.

Penjelasan dari para narasumber mengungkapkan penerapan Integrasi Produk, Struktur, dan Sumber Daya ini membantu Brand Positioning Suara Surabaya sebagai perusahaan media massa yang memiliki citra relevan, cepat, serta akurat di kalangan masyarakat Jawa Timur, khususnya Surabaya.

Hasil penelitian terhadap divisi media sosial, menjelaskan bahwa Suara Surabaya selalu berusaha untuk mengikuti perkembangan terkait media sosial yang terjadi di era digital ini. Perkembangan ini mempengaruhi tingkat relevansi Suara Surabaya di masyarakat. Hasilnya, sifat adaptif tersebut membuahkan jumlah pengikut dan traffic yang memuaskan. Tingkat interaktivitas dan jumlah pengikut di media sosial yang tinggi, tidak membuat Suara Surabaya mengalihkan fokus kemediannya secara penuh ke dunia digital. Menariknya, karena integrasi dari tiap medium yang dimiliki, Suara Surabaya mampu menjalin keterkaitan antar audiens konvensional dan pengikut dari medium digital.

Suara Surabaya sebagai media massa yang menerapkan Ownership Convergence, telah mampu untuk mengembangkan jangkauannya akan beragam platform digital. Platform – platform yang dinaungi oleh Suara Surabaya memiliki dampak yang besar terhadap eksistensinya sebagai perusahaan media massa. Eksistensi dalam konteks disrupsi digital merupakan keberadaan suatu hal di tengah gempuran digitalisasi. Pada konteks bisnis,

eksistensi suatu perusahaan berkaitan dengan kemampuannya untuk memperoleh keuntungan yang akan disirkulasikan untuk mempertahankan kelanjutan perusahaan. Hal itu juga terjadi di perusahaan media massa. Suara Surabaya telah terbukti mampu untuk mengkomodifikasikan tiap platform dan unsur yang mereka miliki untuk meraih keuntungan sehingga perusahaan mereka bisa bertahan.

#### 4.2.2 Tactical Convergence

Konvergensi merupakan strategi yang memungkinkan Suara Surabaya untuk mensirkulasikan informasi atau berita yang didapatkan reporter. Salah satu kekuatan penerapan strategi konvergensi media bertumpu pada kekuatan integrasi yang dimiliki oleh perusahaan media massa terhadap platform – platform nya untuk mempermudah proses diseminasi informasi menjadi terintegrasi (Jenkins, 2006).

Secara definitif, dimensi konvergensi ini merupakan kerjasama dalam hal promosi silang maupun diseminasi informasi antara media atau platform dalam satu lingkup (Rich Gordon, 2003). Meskipun begitu, penerapan dimensi Tactical Convergence tidak hanya dibatasi oleh perputaran informasi atau berita dalam lingkup medium yang berada dalam satu perusahaan. Perputaran informasi atau berita dalam dimensi Tactical Convergence juga dapat terjadi antar perusahaan media yang berbeda kepemilikan maupun dengan pihak diluar perusahaan media (Setiadama & Rizkiansyah, 2021).

Hasil penelitian dan penjelasan narasumber menunjukkan bahwa Suara Surabaya membuka ruang bagi proses kerjasama dalam bentuk pertukaran informasi. Hal ini dilakukan karena sebagai perusahaan media massa yang dipercaya masyarakat, Suara Surabaya perlu untuk terus mengabarkan berita terkini mulai dari yang berskala lokal, nasional, maupun internasional.

Suara Surabaya telah memiliki reporter yang tersebar di Jakarta, dan Surabaya Raya. Tujuan dari persebaran ini adalah agar Suara Surabaya mampu tanggap mengabarkan berita terkait peristiwa yang berskala lokal maupun nasional. Kendatipun begitu, untuk dapat tetap bersaing dengan percepatan arus informasi, Suara Surabaya kerap kali bekerja sama dengan media lain untuk mengabarkan berita – berita internasional.

Guna mempertahankan kepercayaan masyarakat, Suara Surabaya tidak akan asal menyomot atau bertransaksi dengan media lain jika pemberitaannya tidak memiliki akurasi yang tinggi. Sikap tersebut menunjukkan bahwa sebagai

perusahaan media, Suara Surabaya berusaha untuk berhati-hati dalam menjaga keutuhan suatu berita agar masyarakat dapat mengonsumsi berita tersebut dengan akurasi yang tinggi.

Selain itu, sebagai media yang interaktif, Suara Surabaya juga terkenal dengan pola citizen journalism. Hal ini menunjukkan Suara Surabaya membuka ruang bagi pihak luar atau masyarakat untuk ikut berbagi informasi terkait peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitar Surabaya Raya. Kendatipun begitu, hasil penelitian mengungkapkan bahwa tetap ada proses kurasi dalam peristiwa-peristiwa yang dilaporkan masyarakat terhadap Suara Surabaya.

Penjelasan - penjelasan dari narasumber membuktikan bahwa Suara Surabaya mampu untuk melakukan pertukaran informasi secara optimal tanpa mengurangi kredibilitas mereka sebagai media dengan tingkat akurasi yang tinggi. Penerapan dimensi konvergensi Tactical, dalam konteks ini dilakukan dengan tujuan agar Suara Surabaya tidak kalah cepat dengan percepatan informasi yang instan.

Menariknya, pada aspek citizen journalism, masyarakat yang melaporkan peristiwa terhadap Suara Surabaya tidak mengharapkan imbalan apapun. Apabila dibedah secara terperinci, sistem pertukaran informasi antara Suara Surabaya dengan masyarakat terjadi sebagai bentuk imbal-balik. Imbal-balik yang dimaksud terjadi karena Suara Surabaya kerap memberitakan peristiwa aktual disekitar masyarakat, lalu masyarakat membalasnya dengan melaporkan kembali peristiwa-peristiwa lain di sekitar mereka. Terdapat lingkaran kesinambungan dalam penerapan citizen journalism.

Diseminasi informasi yang akurat dan terintegrasi membuat audiens Suara Surabaya mampu menelan informasi secara utuh. Selain itu, diseminasi informasi yang saling terintegrasi membuat audiens dari tiap platform memiliki kesadaran akan platform lain dari Suara Surabaya. Kesadaran yang muncul, akan memperbesar kemungkinan terjadinya 'kawin silang' pada audiens antar platform.

Apabila kita membedah alur distribusi informasi di Suara Surabaya berdasarkan wawancara para narasumber, sebenarnya alur diseminasi informasi yang dilakukan Suara Surabaya bersifat fleksibel. Langkah strategis Suara Surabaya dalam konteks ini terletak pada tahapan distribusi informasi dari tiap platform yang dilaksanakan, menyesuaikan dengan jenis berita dan situasi terkini. Ada kalanya berita yang aktual menyebabkan distribusi informasi diawali dengan penyebaran lewat radio terlebih dahulu, begitu pun sebaliknya.

Suara Surabaya juga menerapkan tingkat efisiensi yang tinggi pada aspek struktural proses diseminasi informasi. Seperti contoh yang diberikan oleh para narasumber, ketika radio mengabarkan suatu peristiwa, secara bersamaan divisi lain juga mengemas berita tersebut sehingga distribusi informasi dapat dilakukan dalam waktu yang berdekatan. Hal ini bertujuan agar masyarakat yang mengonsumsi berita dari salah satu platform mendapatkan bentuk lain dari laporan peristiwa tersebut melalui platform lainnya.

Sejatinya diseminasi informasi dalam konteks konvergensi merupakan tahapan distribusi informasi yang terkonsep menurut arahan tertentu dengan pengelolaan yang baik (Kristiawan, dkk, 2018). Pada aspek diseminasi informasi, Suara Surabaya menerapkan tahapan-tahapan terstruktur dan taktis agar dampak yang dihasilkan dari tiap konten berita mencapai titik optimal. Selain itu, pada aspek pertukaran informasi, efisiensi kinerja terlihat dari cara Suara Surabaya untuk membuka ruang akan tiap informasi yang datang dari pihak luar. Kedewasaan Suara Surabaya dalam penerapan dimensi konvergensi taktis terlihat dari cara mereka menerima informasi sembari tetap menjaga akurasi dari informasi tersebut. Hasil olahan berita dari pihak luar ini nantinya juga akan disebar melalui platform-platformnya.

#### **4.2.3 Structural Convergence**

Dimensi Structural Convergence merupakan pembagian kerja serta pengelolaan struktural dari tiap divisi atau platform Suara Surabaya secara konvergen yang dilakukan untuk menyesuaikan kebutuhan konvergensi (Rich Gordon, 2003). Dimensi konvergensi ini berfokus pada keterkaitan peran tiap divisi yang saling melengkapi namun tetap terfokus, sehingga membentuk satu newsroom yang terintegrasi (Derviana & Fitriawan, 2019). Apabila kita menganalogikan istilah newsroom pada dimensi ini, keberadaannya dapat diibaratkan sebagai satu poros yang menjadi pusat sirkulasi seluruh informasi yang masuk ke Suara Surabaya. Setelah melewati poros ini, informasi yang dikemas oleh tiap divisi akan didistribusikan seperti yang telah dijelaskan pada bagian Tactical Convergence. Selain itu, poros ini juga menjadi pusat perencanaan strategi serta pelaksanaan yang akan dijalankan oleh tiap divisi.

Apabila berkaca pada penerapan struktural di era media massa konvensional, secara umum tiap pemimpin redaksi hanya akan membawahi satu jenis platform atau medium. Penerapan konvergensi media yang dilakukan Suara Surabaya membuat segalanya terfokus demi mencapai efisiensi,

sehingga satu pemimpin redaksi membawahi beragam divisi serta platform. Hal ini bertujuan agar terjadi efisiensi yang tinggi untuk pengelolaan produksi konten berita di tiap platform Suara Surabaya.

Suara Surabaya telah menerapkan kesatuan struktur atau poros berupa newsroom ini. Penyatuan ini mengakibatkan tiap keputusan strategis terhadap proses pemberitaan yang dijalankan secara struktural berdampak pada efisiensi kinerja tiap divisi. Apabila kita menganalogikan sinergi dari Structural Convergence di Suara Surabaya, dapat kita simpulkan bahwa poros tersebut layaknya armada kapal perang utama tempat berkumpulnya tiap senjata dan amunisi yang nantinya memutuskan akan dilancarkan secara strategis. Pada penerapannya di lapangan, analogi tersebut sesuai dengan penjelasan narasumber yang terdapat di dalam hasil penelitian. Dapat disimpulkan bahwa dengan penyatuan newsroom, tim redaksi mampu menjaga integrasi yang selaras dari tiap sumber daya tanpa mengurangi efisiensi kinerja tiap divisi.

Setelah proses pencarian berita, reporter akan mengumpulkan berita mereka kepada tim redaksi, lalu tim redaksi menyebarkannya kepada tiap divisi untuk dikemas dan didistribusikan sesuai dengan tahapan yang diputuskan oleh tim redaksi. Tim redaksi atau newsroom juga akan melakukan metode yang sama untuk mensirkulasikan tiap informasi yang dilaporkan melalui citizen journalism. Informasi yang disirkulasikan dengan baik didalam newsroom akan membuat pemberitaan mampu mempunyai tingkat keselarasan yang tinggi.

Meskipun Suara Surabaya memiliki newsroom yang menjadi pusat koordinasi antar divisi dan sumber daya, tiap divisi yang ada di Suara Surabaya juga melakukan koordinasi di ranah pribadi. Hal ini dilakukan oleh pihak reporter. Reporter yang bertugas di pos Pemprov Jatim serta reporter lain yang bertugas di Surabaya Raya, terus berkoordinasi satu sama lain. Koordinasi reporter di Surabaya Raya dan reporter nasional juga menunjukkan optimalisasi dari penerapan koordinasi tersebut. Hal ini dilakukan karena terkadang ada beberapa pemberitaan yang saling berhubungan di tingkat lokal juga nasional. Hasil dari koordinasi tiap reporter nantinya juga akan dikoordinasikan ke tim redaksi secepatnya.

Koordinasi di tingkat yang lebih kecil juga dilakukan oleh divisi media sosial. Berdasarkan hasil penelitian terhadap divisi media sosial, kita dapat menyimpulkan bahwa koordinasi itu tetap dilakukan terkait agenda produksi konten yang sifatnya ringan. Kendatipun begitu, hasil dari rapat tersebut tetap dikoordinasikan dengan tim redaksi.

Pengelolaan struktural yang baik melalui penyatuan newsroom merupakan hal yang sangat mempengaruhi integrasi diseminasi informasi dan pertukaran informasi yang diterapkan oleh Suara Surabaya melalui Tactical Convergence. Pelaksanaan strategis yang bertumpu pada satu poros menghasilkan keselarasan pada hasil kinerja yang dilakukan oleh tiap divisi dengan tingkat efisiensi yang tinggi. Penyatuan ini juga berpengaruh terhadap kemampuan tiap divisi dan sumber daya untuk saling melengkapi guna merampungkan proses produksi tiap berita.

Apabila setiap informasi disirkulasikan melalui satu poros, maka proses integrasi dari tiap platform akan membuahkan hasil yang optimal. Dampak yang dihasilkan dari proses distribusi yang terintegrasi kembali berpengaruh terhadap kepuasan audiens ketika mengonsumsi berita Suara Surabaya. Informasi yang tersirkulasi dengan baik, juga membantu Suara Surabaya dalam proses validasi dan konfirmasi untuk menjaga keakuratan tiap berita yang akan diunggah. Hal ini perlu dilakukan guna menjaga citra Suara Surabaya sebagai perusahaan media massa yang relevan, cepat, serta akurat.

Pada dasarnya konsep newsroom telah diterapkan sejak era media massa konvensional, namun tata cara penerapan serta fokusnya yang sedikit berbeda. Newsroom dalam konteks Structural Convergence, memangkas kerumitan struktural media massa konvensional menjadi lebih ringkas, namun tidak menjadikan alur koordinasinya menjadi rancu. Hal ini berkaitan dengan unsur efisiensi yang dibutuhkan dalam proses produksi berita di era digital. Sejatinnya tiap aspek dalam jurnalisme digital yang diterapkan dalam konvergensi media merupakan praktik lama yang dibalut dengan konteks baru (Kawamoto, 2003).

#### **4.2.4 Information - Gathering Convergence**

Arus disrupsi digital membuat perubahan dalam pola komunikasi dan konsumsi informasi masyarakat. Persaingan di Industri Media Massa semakin ketat karena kebutuhan masyarakat akan informasi yang aktual kini berbanding terbalik dengan kebutuhan masyarakat akan informasi yang faktual. Tingkat keingintahuan masyarakat akan informasi yang cepat semakin meningkat agar tidak merasa tertinggal dengan jaman. Selain itu, pola konsumsi informasi masyarakat kini menuntut tiap reporter untuk dapat mengumpulkan informasi secara multimedia. Pola ini muncul karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengaburkan batasan antar medium.

Suara Surabaya sebagai perusahaan media massa yang tengah bersaing di tengah arus percepatan informasi, perlu untuk dapat mengimbangi dalam aspek pencarian informasi melalui seluruh sumber daya, khususnya reporter. Suara Surabaya melalui reporternya juga mampu melakukan peliputan dengan menerapkan konsep multimedia. Guna mengantisipasi persaingan efisiensi berita, Suara Surabaya menerapkan strategi pencarian berita yang tergolong dalam dimensi Information - Gathering Convergence.

Sebenarnya berdasarkan definisi dari Rich Gordon, Information - Gathering Convergence merupakan pemanfaatan secara terfokus suatu perusahaan media massa terhadap reporternya untuk meliput berita secara multimedia, yaitu berupa foto, video, dan tulisan. Hal ini berpengaruh terhadap proses diseminasi yang melibatkan beragam platform dengan medium yang berbeda - beda (Setiadarma & Rizkiansyah, 2021).

Pada pelaksanaan pencarian informasi dilapangan, Suara Surabaya telah menerapkan dimensi Information - Gathering Convergence, hanya saja yang menjadi diferensiasi dari teori tersebut adalah dukungan dari sumber daya yang lain dalam pencarian informasi. Reporter Suara Surabaya bukanlah satu - satunya sumber masuknya informasi, tiap sumber daya di dalam Suara Surabaya berpartisipasi dalam proses pencarian informasi serta konfirmasi keabsahan peristiwa di Suara Surabaya. Meskipun kemampuan peliputan berita secara multimedia merupakan tanggung jawab murni reporter, tetapi dalam proses pencarian informasi, tim redaksi dan sumber daya lainnya terkadang turut membantu.

Tiap sumber daya seperti dewan direksi yang berada di bawah naungan Suara Surabaya ikut mengawal proses konfirmasi dari suatu peristiwa. Hal ini dilakukan karena Suara Surabaya sebagai media massa telah memiliki citra yang terpercaya di kalangan masyarakat Jawa Timur, khususnya Surabaya. Proses verifikasi terkait keabsahan suatu informasi atau berita merupakan salah satu elemen penting yang ada dalam sembilan elemen jurnalisme (Kovach & Rosenstiel, 2007).

Suara Surabaya juga telah mengoptimalkan kemampuan reporternya melalui pelatihan yang diberikan sebelum mulai bekerja. Pada pelatihan ini, mereka ditempa untuk memahami kaidah - kaidah jurnalistik, nilai berita yang dimuat Suara Surabaya, dan cara mengolah liputan berita secara multimedia. Hal ini sejalan dengan penjelasan Rich Gordon bahwa perusahaan media yang berkonvergensi mengharuskan reporternya untuk memiliki banyak keahlian (Derviana & Fitriawan, 2019).

Melalui pelatihan Suara Surabaya telah mempersiapkan reporternya untuk dapat melebur ke dalam perkembangan teknologi sembari tetap memanfaatkan nilai - nilai jurnalisme. Hal ini serupa dengan pendapat Manovich (2016), mengenai perusahaan media massa perlu menyiapkan reporternya untuk berkompeten dalam memanfaatkan peluang - peluang komputasional atau digital (Ashari, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa Suara Surabaya telah menerapkan dimensi Information - Gathering dengan caranya sendiri, yakni melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara terintegrasi dan struktural. Proses pencarian berita serta validasi isu yang dilakukan merupakan hasil kerjasama dari tiap sumber daya manusia yang berkelindan di dalam newsroom yang tersruktur secara runut. Kesadaran Suara Surabaya akan keterlibatan setiap sumber daya manusia terhadap proses produksi konten merupakan salah satu alasan diberlakukannya pelatihan terhadap setiap sumber daya manusianya.

#### **4.2.5 Storytelling Convergence**

Pengemasan atau penulisan merupakan hal penting yang perlu dikuasai oleh reporter Suara Surabaya. Berdasarkan definisi Rich Gordon, dimensi Storytelling Convergence berkaitan dengan kemampuan seorang reporter untuk mengemas beritanya sesuai dengan kebutuhan tiap platform yaitu berupa foto, video, dan tulisan (Hana & Iswahyuningtyas, 2017). Pengemasan atau penulisan berkaitan erat dengan kenyamanan masyarakat ketika mengonsumsi berita Suara Surabaya.

Pada penerapannya, alur pengemasan yang dilakukan di Suara Surabaya tidak hanya bertumpu pada reporter. Reporter memang berkewajiban untuk menulis berita yang diliput, dan mendokumentasikannya dalam bentuk video dan foto. Kendatipun begitu, pengemasan dari tiap tulisan, video, dan foto merupakan tanggung jawab dari tiap divisi platform. Bentuk tulisan dari liputan reporter Suara Surabaya mungkin bisa dibilang hanya ditujukan untuk portal berita online dan naskah radio digital maupun konvensional. Berita tulis yang akan disampaikan melalui dua platform tersebut hanya akan melalui proses penyuntingan.

Berbeda dengan divisi portal berita dan radio, divisi dari platform lain perlu melakukan pengemasan agar berita mampu disesuaikan dengan karakter platform tersebut. Hal ini dilakukan agar audiens yang mengonsumsi berita melalui platform media sosial Suara Surabaya mampu mencerna konten berita sesuai kenyamanan masing - masing. Divisi media sosial Suara Surabaya diwajibkan

untuk tetap menjunjung tinggi aspek akurasi dan aktualitas dari berita yang ditulis reporter, agar masyarakat mampu mengonsumsi berita secara gamblang dan utuh. Contoh : Untuk media sosial Instagram, karakternya adalah platform yang mengutamakan gambar serta narasi singkat. Divisi media sosial perlu mengemas agar berita mampu sesuai dengan karakter tersebut. Pengemasan ini diterapkan oleh tiap sumber daya dalam divisi media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa reporter Suara Surabaya dalam penulisannya tetap menggunakan kaidah - kaidah jurnalistik. Penerapan kaidah jurnalistik juga dipengaruhi oleh pelatihan yang diberikan Suara Surabaya terhadap setiap sumber daya manusianya. Pengemasan berita oleh reporter, dipengaruhi oleh citra Suara Surabaya sebagai media yang kredibel dan terpercaya. Hal ini membuat proses penulisan dan dokumentasi yang dilaksanakan oleh reporter perlu memiliki tingkat akurasi serta aktualitas yang tinggi. Reporter Suara Surabaya menarasikan peristiwa di lapangan secara gamblang.

Penulisan dari tiap berita yang dikemas oleh reporter Suara Surabaya tidak memiliki karakter khusus. Hal ini dikarenakan bagi Suara Surabaya standar kualitas berita ditentukan oleh akurasi dan aktualitas tiap berita. Aspek karakter kepenulisan yang unik, tidak menjadi fokus utama bagi Suara Surabaya. Penyebabnya adalah karena selera audiens di radio dan web Suara Surabaya memang berupa berita yang gamblang.

Pada proses pengemasan, Suara Surabaya cenderung bertumpu pada aspek akurasi dan aktual dari tiap peristiwa. Hal ini membuat divisi media sosial dalam proses pengemasan hanya menyesuaikan dengan karakter platform saja agar tidak mengurangi aspek akurasi dari berita yang diangkat. Pada konteks mempersuasi masyarakat, Suara Surabaya tidak terlalu bertumpu pada pengemasan konten berita. Suara Surabaya memahami bahwa kekuatannya terletak pada aktualitas, akurasi, serta peran mereka sebagai wadah penampung dan penyampai aspirasi masyarakat.

Kekuatan - kekuatan tersebut sebenarnya, bukan berarti Suara Surabaya tidak memiliki potensi untuk memanfaatkan pengemasan konten berita media sosial. Mengingat demografi generasi muda yang mengonsumsi berita dari setiap platform Suara Surabaya menunjukkan angka yang cukup memuaskan. Apabila potensi ini lebih dikembangkan secara inovatif, pengemasan berita di media sosial Suara Surabaya bukan hanya sekedar penyesuaian karakter platform, melainkan juga mampu dikemas sedemikian rupa untuk menarik

atensi netter baru tanpa mengurangi aspek akurasi dan aktualitas.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi konvergensi media yang diterapkan oleh Suara Surabaya memiliki andil yang besar dalam eksistensi yang dimiliki. Melalui konvergensi Suara Surabaya tidak hanya sekedar 'ada', melainkan tetap bisa unjuk gigi dalam persaingan industri media digital. Suara Surabaya sebagai media konvensional tidak sekedar bertransformasi menjadi media digital, melainkan memperluas jangkauannya sembari tetap mempertahankan jati dirinya sebagai media konvensional melalui integrasi.

Pada penerapannya, Suara Surabaya telah mengoptimalkan setiap dimensi konvergensi. Suara Surabaya melakukan penerapan tersebut dengan menggunakan penyesuaian terhadap karakter dan budaya mereka. Hasil dari penerapan konvergensi membuat citra yang terbentuk di kalangan masyarakat menjadi baik. Suara Surabaya dianggap sebagai media massa yang melaporkan aspirasi masyarakat secara akurat dan cepat. Citra yang terbentuk tidak hanya terpatri pada masyarakat era 'konvensional' saja. Generasi muda dan audiens dewasa juga mengenal Suara Surabaya sebagai media yang menjadi representasi kota Surabaya.

## SARAN

Pada penerapan dimensi Storytelling Convergence, penulis menilai bahwa Suara Surabaya hanya terlalu berfokus pada akurasi suatu berita tanpa memikirkan pengemasan yang menarik. Memang tidak bisa dipungkiri bahwa citra yang terbentuk di masyarakat sudah kental dengan kredibilitas Suara Surabaya. Kendatipun begitu tidak ada salahnya menambah nilai jual dari setiap berita dengan mengemasnya secara menarik sesuai karakter tiap platform.

Menurut penulis, platform media sosial jangan hanya dimanfaatkan untuk mirroring dengan platform portal berita dan radio saja, melainkan dibuatkan konten khusus yang mengundang atensi generasi muda sehingga mampu menambah keterlibatan generasi muda di media sosialnya. Sebenarnya pada platform Youtube Suara Surabaya telah menerapkan saran penulis, tetapi penulis menayangkan potensi yang dimiliki platform media sosial yang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2018). Pengantar ilmu Komunikasi.  
Romli, K. (2016). Komunikasi Massa. Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Priya Kumari & Suhas M. P (2021). IS MEDIA THE FOURTH PILLAR OF DEMOCRACY?. All Indian Legal Form.
- Nurudin, N. (2007). Pengantar Komunikasi Massa. Rajawali Pers.
- T.A. Lathief. (1989). Dasar - Dasar Retorika Komunikasi dan Informasi. Medan. Rimbaw.
- Anderson, C. W., Downie, L., & Schudson, M. (2016). The news media: What everyone needs to know. Oxford University Press.
- Straubhaar, Joseph, Robert La Rose, dan Lucinda Davenport. 2009. Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology. USA: Wadsworth Cengage Learning. (Riley : 1993)
- Chaniago, D. M., & Umairah, U. R. (2018). Sejarah Pers Kolonial Di Indonesia. Khazanah: Jurnal Sejarah Dan Kebudayaan Islam. (G.Kolf)
- Swantoro, P. (2002). Dari Buku ke Buku. Kepustakaan Populer Gramedia.
- S. Sartika. (2013). Sejarah Perkembangan Radio Bonapasogit FM Tarutung 1988 - 2013. Tesis. semanticscholar.org
- Aswab Nanda Pratama. (2018, November 2). "KDKA" Stasiun Radio Komersial Pertama di Dunia. Kompas.com
- Ranti, Sofya. (2022, September 17). Sejarah Penemuan Televisi hingga Perkembangannya di Masa Sekarang. Kompas.com
- Supriyanto, D., & Yusuf, I. A. (2007). Pers dan Teknologi Media: Dejumlahisasi di Tengah Konvergensi. Jurnal Komunikasi, 1(2), 97-109.
- Hidayah, A. R. (2020). Pengelolaan Kovergensi Media Suara Surabaya Media Di Era Disrupsi (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Rakhmat, J. (2001). Psikologi Komunikasi. cetakan kelima. Bandung: PT Remaja Karya.
- Severin, W. J., & Tankard, J. R. JW (2001). Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media.
- Gilster, P., & Glister, P. (1997). Digital literacy (p. 1). New York: Wiley Computer Pub..
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. Communication research, 3(1), 3-21.
- Tapsell, R. (2018). The Smartphone as the "Weapon of the Weak": Assessing the Role of Communication Technologies in Malaysia's Regime Change. Journal of Current Southeast Asian Affairs, 37(3), 9-29.
- Arifin, A. (1984). Strategi komunikasi: sebuah pengantar ringkas. Penerbit Armico.
- Masduki, M. (2004). Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia. Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2), 102681.
- McLyntyre, Hugh. (2018). Bankruptcy Has Come To Both Of America's Largest Radio Companies. Forbes.com
- Ramdan, D.M. (2016, Agustus 23). Bisnis Radio Makin Berat. Kontan.co.id
- Andri Donnal Putra. (2017, Desember 11). Bisnis Radio Jaring Iklan Rp 1,2 Triliun hingga Kuartal III 2017. Kompas.com
- Sasmita, Prameswari. (2022, Januari 31). Media Tak Lekang Waktu, Pendengar Radio Meningkatkan Tajam saat Pandemi!. Sonora.id
- Suminar, Agustina. (2022, Februari 13). Pengamat: Tren Pendengar Radio Naik Perlahan, tapi Pasti. suarasurabaya.net
- Preston, P., & Rogers, J. (2013). Convergence, crisis and the digital music economy. In Media and convergence management (pp. 247-260). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Beritagar. (2017, Januari 09)
- Sampoerno, S., Herwandito, S., & Sari, D. K. (2018). Pergeseran Peran dan Fungsi Radio Suara Surabaya dari Radio Informasi Menjadi Radio Pengaduan. Jurnal Riset Komunikasi, 1(1), 01-13.
- Sudarma, R. (2011). PENGEMBANGAN MEDIA ONLINE OLEH INSTITUSI MEDIA (Studi Kasus Mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Suara Surabaya dalam Mengembangkan Media Online) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- APRIANTO, B. (2018). IMPLIKASI KONVERGENSI MEDIA PADA PROSES PRODUKSI, ALUR, DAN KONTEN BERITA (Studi Kasus pada Radio Suara Surabaya, Jl. Wonokitri Besar No. 40 C Surabaya) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA).
- Bashori, K. (2018). Pendidikan politik di era disrupsi. Sukma: Jurnal Pendidikan, 2(2), 287-310.
- Kasali, R. (2018). The Great Shifting Series on Disruption.
- Fukuyama, F. (2017). The great disruption. Profile Books.
- Christensen, C. M. (2013). The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press.
- Sibero, A. F. (2013). Web programming power pack.
- Khatri, C., Chapman, S. J., Glasbey, J., Kelly, M., Nepogodiev, D., Bhangu, A., ... & STARSurg Committee. (2015). Social media and internet driven study recruitment: evaluating a new model for promoting collaborator engagement and participation. PloS one, 10(3), e0118899.
- Bobbitt, D. (2011). Teaching McLuhan: Understanding Understanding Media. Enculturation.

Scolari, C. A. (2012). Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory. *Communication theory*, 22(2), 204-225.

Rianto, P. (2016). Media baru, visi khalayak aktif dan urgensi literasi media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(2), 90-96.

Briggs, A., & Burke, P. (2009). *A social history of the media: From Gutenberg to the Internet*. Polity.

Jenkins, H. (2011). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 20, 129-133.

Feldman, T. (2003). *An introduction to digital media*. Routledge.

Gordon, R. (2003). Implications of convergence. *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism*, 57.

Arianto, A. (2011). Ekonomi Politik Lembaga Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 191-201.

Aprianti, R. (2013). Ekonomi Politik Media Komodifikasi Pekerja Dalam Industri Media Hiburan Indonesia. *Wardah*, 14(1), 87-101.

Kusbianto, K., & Dewi, A. T. (2022). Document for Turnitin: The Law of Effectiveness on Brand Name Disputes for Better Industrial Protection.

Hasan, K. (2009). Kapitalisme, Organisasi Media dan Jurnalis Perspektif Ekonomi Politik Media. *Jurnal online Dinamika Fisip Unbara Palembang*, Volume 2 Nomor 3.

Volant, V. KOMUNIKASI 101.

Sari, W. (2020). Fenomena Ekonomi Politik Komunikasi di Indonesia. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 24(1), 1-11.

Zera Edenzwo Subandi & Teguh Priyono Sadono. (2018). Komodifikasi, Spasialisasi, Strukturasi dalam Media Baru di Indonesia.

Putra, D. K. S. (2018). Political social responsibility: Dinamika komunikasi politik dialogis. *Prenada Media*.

Gora, R. (2015). Irwanto. *Hukum, Etika Dan Kebijakan Media*.

Dani Setiadarma & Mariko Rizkiansyah. (2021). Media Convergence of the Indonesian House Representative Television. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 11(1), 74-83

Annissa Derviana & Rana Akbari Fitriawan. (2019). Konvergensi Pada Media Massa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika). *Prosiding Comnews 2019*, 404-413

Muhammad Ashari. (2019). *Jurnalisme Digital: Dari Pengumpulan Informasi Sampai Penyebaran Informasi*. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*. Vol. 4, No. 1. 1-16