

POLA KERJA WARTAWAN MUDA DAN MADYA DI ERA DIGITAL

Anisa Setya Arifina¹, Prinisia Nurul Ikasari², Jaduk Gilang Pembayun³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tidar, Jl. Kapten
Suparman No. 39, Magelang, Indonesia

Correspondence Email : anisaarifina@untidar.ac.id

ABSTRACT

This study examines the work patterns of middle and young journalists in the newspaper industry. Journalists work patterns seen from the process of selecting news, researching news, and writing news. With the advent of the digital era, these three processes can be seen by the consumption patterns of digital media for middle and young journalists. This study was conducted using a study case with in-depth interviews with journalists of the Suara Merdeka newspaper. The results showed that the presence of digital media is used by middle and young journalists in the local newspaper for personal needs outside of journalistic duties. The reason for this is the pattern of digital media consumption of young and middle journalists who are included in the categories of "joiners" and "conversationalists". In other words they are connoisseurs and spectators. For news development and idea searches, they rely more on news sources in the form of press releases, local government, e-mail and emergency services rather than internet research. This is related to the company's principles which try to minimize legal problems from published news.

Keyword : digital media consumption, journalist work patterns, technological determinism

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pola kerja wartawan madya dan muda di industri surat kabar. Pola kerja wartawan dilihat dari proses selecting news, researching news dan writing news. Dengan kehadiran era digital, ketiga proses ini dapat dipengaruhi oleh pola konsumsi media digital wartawan madya dan muda. Kajian ini merupakan studi kasus dengan tipe penelitian kualitatif dengan metode wawancara mendalam kepada wartawan surat kabar Suara Merdeka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital digunakan untuk kebutuhan personal saja di luar tugas jurnalistik bagi wartawan madya dan muda di industri surat kabar lokal. Penyebabnya adalah pola konsumsi media digital wartawan muda dan madya yang masuk dalam kategori joiners dan conversationalists. Dengan kata lain mereka adalah penikmat dan penonton. Pengembangan dan pencarian ide berita mereka lebih mempercayai sumber berita yang berupa press release, local government, email dan emergency service daripada internet research. Hal ini berhubungan dengan prinsip perusahaan yang berusaha meminimalisir permasalahan hukum dari berita yang diterbitkan.

Kata Kunci : konsumsi media digital, pola kerja wartawan, determinisme teknologi

PENDAHULUAN

Peraturan Dewan Pers Nomor 1/Peraturan-DP/II/2018 tentang Standar Kompetensi Wartawan menyebutkan ada tiga kelompok wartawan yaitu wartawan

muda, madya dan utama. Dalam peraturan tersebut, dijelaskan secara detail mengenai kompetensi yang harus dimiliki oleh tiga kelompok wartawan. Penelitian ini berfokus kepada wartawan

muda dan madya karena wartawan utama dianggap lebih banyak bekerja di ranah kebijakan redaksional. Wartawan muda dalam industri surat kabar bertugas mencari bahan liputan acara terjadwal dan melakukan wawancara cekat (doorstop) sedangkan wartawan madya dapat membuat karya jurnalistik yang sifatnya investigatif dan mendalam. Kedatangan revolusi digital, evolusi internet, munculnya bentuk media baru dan jejaring sosial telah mengubah lanskap media. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi diikuti pula oleh perubahan cara kerja wartawan. Ada banyak cara dimana teknologi digital berdampak pada praktik wartawan, mulai dari cara wartawan mengumpulkan informasi dan menyajikan berita hingga bagaimana organisasi media berbisnis (Kaul, 2012). Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menyebabkan digitalisasi di berbagai lanskap profesi dan industri, tidak terkecuali profesi wartawan. Nuh (2019) menulis bahwa 19 tahun lalu hanya ada dua "jenis kelamin" wartawan, yaitu wartawan cetak dan elektronik. Masing-masing memiliki keahlian khusus yang tidak bersifat substitutif. Wartawan cetak lebih digdaya soal teks dibanding wartawan elektronik. Wartawan TV lebih ditunggu narasumber karena mereka tidak sabar wajahnya terpampang di ruang-ruang keluarga rumah tangga Indonesia. Berbeda lagi dengan wartawan radio dan online yang kecepatannya tidak ada lawan.

Kondisi sekarang adalah wartawan dituntut untuk bisa menyampaikan pesan secara multiplatform atau memadukan antara tulisan, audio dan video sekaligus. Hal ini berbeda dengan cara kerja wartawan di era media massa konvensional yang lebih terspesialisasi antara wartawan radio, cetak dan televisi. Salah satu perubahan penting yang mempengaruhi cara kerja wartawan adalah adanya digitalisasi terhadap berita. Dalam era media

konvensional konten cetak, radio dan televisi didistribusikan secara terpisah. Namun kini ketiga konten tersebut sudah bisa dikonversi ke dalam format digital, dan pendistribusiannya dimungkinkan untuk dilakukan bersamaan ke dalam platform digital yang sama (Ashari, 2019).

Tidak hanya digunakan untuk pendistribusian berita saja, namun teknologi komunikasi dan informasi digunakan sebagai sumber inspirasi bagi para wartawan untuk memproduksi sebuah berita. Hal ini diungkapkan oleh Pamela Shoemaker dan Stephen Reese (dalam Ferrucci, 2018) yang mengemukakan model hierarki pengaruh untuk menggambarkan pengaruh kehadiran situs jejaring sosial (media sosial) dalam praktik jurnalisme. Pengaruh media sosial terjadi pada level-level berikut ini:

- a. Di level individu: Pada tingkat individu, wartawan membuat keputusan pribadi untuk memilih mana pemimpin opini di media sosial yang akan diikuti. Influencer ini - tokoh media sosial dengan banyak pengikut - dapat berfungsi sebagai sumber dan kontak untuk sumber, tetapi juga sebagai saluran untuk mempromosikan cerita wartawan.
- b. Di level rutinitas: wartawan mengadopsi media sosial ke dalam kehidupannya. Misalnya digunakan untuk mencari topik dan melihat tren yang ada di masyarakat.
- c. Di level organisasi: rutinitas tersebut kemudian diwajibkan oleh manajemen.
- d. Pada tataran kelembagaan sosial, media sosial "memaksa" wartawan untuk menulis tentang topik tertentu. Jika banyak audien yang membicarakan sesuatu di media sosial, maka wartawan tidak dapat menghindari topik tersebut dan harus menulisnya.

Dalam prakteknya di Indonesia, Dewan Pers menemukan kecenderungan penggunaan konten media sosial dalam peliputan dan produksi berita oleh wartawan. Hasil survei menyebutkan bahwa sebanyak 96% responden memiliki akun facebook, 67% memiliki akun twitter, 40% memiliki blog/wordpress, dan 22% memiliki LinkedIn. Sebanyak 76% responden menjawab informasi di media sosial dipakai sebagai sarana memantau, 46% sebagai sumber ide berita dan 31% mencari narasumber (Hamna, 2017). Dari survei yang dilakukan oleh Dewan Pers kita dapat melihat bahwa, media sosial masih menjadi sarana yang paling sering digunakan oleh wartawan untuk memantau informasi terkini dan mencari ide berita.

Selain mengubah cara kerja wartawan, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memunculkan ketimpangan cara kerja antar kelompok wartawan di satu media massa. Reinardy (dalam Utomo, 2016) menyebutkan bahwa dalam transisi teknologi internet memunculkan generasi wartawan yang hilang. Pertama, para wartawan tua yang sudah bekerja di media tersebut lebih dari 20 tahun. Kedua wartawan-wartawan muda yang baru bergabung. Anak-anak muda ini ramah dengan penguasaan teknologi multimedia dan media sosial. Namun mereka gagap ketika dihadapkan pada kualitas wartawan ala surat kabar. Misalnya saja ketika dihadapkan untuk melakukan liputan-liputan panjang dan mendalam.

Myers & Sadaghiani (2010) menyebutkan bahwa setiap generasi memiliki serangkaian kualitas yang unik dan berbeda dengan generasi lainnya di sebuah tempat kerja (Myers & Sadaghiani, 2010). Misalnya, studi empiris mendukung stereotip bahwa generasi Boomers adalah pecandu kerja yang mungkin kritis terhadap rekan kerja yang tidak memiliki nilai-nilai yang sama

dengan mereka. Kemudian ada generasi X sebagai orang-orang skeptis yang suka bekerja secara otonom dan terkenal tidak menyukai pertemuan dan kerja kelompok. Di sisi lain, generasi millennial kemungkinan besar terpengaruh oleh globalisasi, komunikasi, dan perkembangan teknologi. Mereka cenderung memiliki perspektif yang lebih luas dan berbeda tentang hubungan atasan-bawahan, keanekaragaman budaya, kinerja tugas, cara-cara berkomunikasi dan memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja organisasi dan memaksimalkan produktivitas. Tjia & Fitriani (2019) menyebutkan bahwa generasi milenial adalah sekelompok orang yang lahir kisaran tahun 1980 – 2000an. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y. Generasi milenial memiliki ciri-ciri kreatif, informatif, mempunyai minat dan produktif. Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, mereka lebih berteman baik dengan teknologi. Dengan menggunakan perangkat teknologi, para millennials dapat menjadi individu yang lebih produktif. Di sisi lain generasi Z (Irena & Rusfian, 2019), adalah generasi yang suka berkolaborasi dalam melakukan pekerjaan, fleksibel, tanggap terhadap tantangan dan dimotivasi oleh pencapaian serta suka menelaah cara baru dalam menyelesaikan suatu masalah. Terdapat empat faktor yang dapat meningkatkan kinerja karyawan generasi Z yaitu kohesi sosial, berbagi informasi, tujuan bersama serta kepercayaan.

Seperti halnya surat kabar Suara Merdeka yang merupakan salah satu koran tertua di Indonesia karena lahir pada pasca kemerdekaan Republik Indonesia. Sebagai koran tertua, peneliti meyakini Suara Merdeka memiliki wartawan-wartawan yang berasal dari lintas generasi. Menurut Pujiastuti (2010), saat ini ada enam edisi lokal yang diproduksi setiap hari, di luar Suara

Merdeka sebagai koran induk. Salah satunya adalah Suara Kedu. Kehadiran edisi lokal ini membuat Suara Merdeka lebih mengakar di masyarakat pembacanya. Lewat edisi lokal itu, tidak hanya peristiwa politik dan sosial saja yang terakomodasi melainkan juga peristiwa ekonomi, budaya dan olahraga. Oleh sebab itu penelitian ini akan menggambarkan pola kerja wartawan muda dan madya yang berasal dari generasi X, Y dan Z di surat kabar Suara Merdeka khususnya Suara Kedu dengan melihat sejauh mana penggunaan media sosial untuk menunjang tugas jurnalistik. Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah tergambaranya pola kerja di kalangan wartawan muda dan madya di era digital termasuk sejauh mana penggunaan media sosial untuk menunjang tugas jurnalistik.

Beberapa kajian telah membahas hal serupa seperti Reich (2014) yang menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menunjukkan bahwa penggunaan internet dan media sosial sebagai sumber berita berada dalam ranah marginal bagi wartawan pria dan wanita di tiga harian nasional Israel. Sementara itu kajian lain dengan pendekatan kuantitatif (Weaver et al., 2019) menyebutkan bahwa wartawan surat kabar, televisi, radio, dan online di Amerika menggunakan media sosial untuk memantau organisasi media lain. Mereka jarang menggunakan media sosial sebagai alat wawancara narasumber dan melakukan verifikasi informasi. Sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada pola kerja wartawan surat kabar Suara Merdeka di kantor perwakilan daerah (biro Kedu dan DIY) dengan membandingkan pola kerja wartawan yang berasal dari tiga generasi berbeda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Bajari dan Moleong

(dalam Latifah & Muksin, 2021) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif berusaha untuk memahami dan menjelaskan realitas dengan prosedur pengamatan perilaku yang dijelaskan secara tertulis atau lisan. Penelitian dimulai dengan tahap pengumpulan data, analisis dan interpretasi kemudian ditutup dengan mendeskripsikan kesimpulan berdasarkan analisis data. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan dan menggambarkan pola kerja wartawan media cetak generasi X, Y, Z dari perspektif wartawan madya dan muda di era digital.

TABEL 1.1 Kategori informan penelitian

Kategori Wartawan	Kategori Generasi	Job Description
Wartawan Muda	Generasi Y & Z	Wartawan yang sehari-hari bertugas di lapangan, meliput dan menulis berita hasil liputan
Wartawan Madya	Generasi X	Redaktur, koordinator liputan dan atau redaktur pelaksana (redpel)

Penggunaan media sosial mereka sebagai seorang profesional di bidang jurnalistik juga akan ikut terungkap. Peneliti juga turun ke lapangan untuk mengobservasi kegiatan jurnalistik (mencari berita hingga menulis berita) yang dilakukan oleh para informan dari kelompok generasi yang berbeda dan bekerja untuk surat kabar Suara Merdeka Biro Kedu DIY. Setelah itu peneliti melakukan wawancara mendalam dengan mereka. Data penelitian

kemudian disajikan dalam bentuk narasi, tabel dan grafik.

Menurut Yin (dalam Putra et al., 2021) studi kasus menyajikan kasus ekstrim atau adanya nilai-nilai unik yang dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan penelitian. Nilai-nilai yang unik dari penelitian ini adalah wartawan madya dan muda memiliki tupoksi pekerjaan yang berbeda-beda. Meskipun sama-sama melakukan kegiatan jurnalistik, namun wartawan madya lebih senior daripada wartawan muda. Sehingga dalam hal ini, wartawan madya bisa membuat laporan-laporan berita yang sifatnya mendalam sedangkan wartawan muda menulis berita-berita yang sifatnya harian. Selain itu Suara Merdeka sebagai salah satu surat kabar lokal tertua yang berhasil bertahan di tengah gempuran digital dilihat oleh peneliti sebagai nilai unik yang lain.

Data dianalisis dengan menggunakan triangulasi data yakni peneliti melakukan verifikasi dan validasi data dari beberapa sumber data hasil wawancara dengan wartawan muda (berasal dari generasi Y dan Z) dan wartawan madya (berasal dari generasi X). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan reduksi atau pemilihan data. Pemilihan data ini dilakukan dengan memilih informasi-informasi yang relevan dari hasil wawancara dengan para informan seperti informasi tentang penggunaan media yang digunakan saat mencari ide berita, mengembangkan ide berita, menulis berita, penguasaan media digital yang mereka miliki, dan fungsi media digital yang mereka miliki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Segala tindakan dan kejadian yang dilakukan manusia akibat pengaruh perkembangan teknologi itu merupakan determinasi teknologi yang sebenarnya karena tanpa disadari manusia sudah

terpengaruh segala sesuatu yang dibawa oleh teknologi (Surahman, 2016). Perkembangan teknologi seringkali membuat manusia melakukan tindakan diluar kendali. Pada awalnya teknologi diciptakan oleh manusia untuk memudahkan pekerjaan dan komunikasi. Akan tetapi lambat laun justru teknologi mempengaruhi setiap apa yang dilakukan manusia.

Ide dasar dari teori determinisme teknologi yang dicetuskan oleh Marshall McLuhan adalah perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. McLuhan berpikir budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Pertama, penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. Kedua, perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. Ketiga, manusia membentuk peralatan untuk berkomunikasi dan akhirnya peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan membentuk atau mempengaruhi kehidupan kita sendiri (Nurudin, 2014). Dengan kata lain, semakin sering menggunakan teknologi, manusia semakin tidak dapat melepaskan ketergantungan terhadapnya. Kebiasaan, gaya hidup, dan pola kerja manusiapun juga ikut berubah dengan hadirnya teknologi atau inovasi di kehidupan sehari-hari.

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat mengubah peran dan tanggung jawab para wartawan di perusahaan media. Dari sisi penyampaian berita, redaksi biasanya memikirkan berita yang bisa disampaikan di segala bentuk platform. Wartawan tidak hanya

fokus untuk membuat berita di media cetak saja, tapi juga harus bisa membuat laporan untuk kanal-kanal online. Infrastruktur jaringan internet yang semakin maju mendorong perusahaan media untuk bisa melakukan penyiaran dengan lebih efektif dan efisien.

Perubahan perusahaan media massa cetak Suara Merdeka bisa dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Permatasari (2020). Suara Merdeka mengindikasikan ciri konvergensi secara penuh namun pada area manajemen ruang berita dan praktek jurnalistik cenderung pada model cross media (model konvergensi yang dilakukan bila wartawan dalam setiap platform berada pada ruang berita yang berbeda tetapi saling terhubung dalam kordinasi multimedia dan menjadi rutinitas kerja) dan Co-ordination of Isolated Platforms (praktik jurnalistik dilakukan secara terpisah oleh masing-masing platform dan desain ruang berita tidak diarahkan pada integrasi. Koordinasi berita biasanya hanya muncul pada saat wartawan menghadiri pertemuan editorial platform lain). Suara Merdeka tidak abai akan perubahan media yang harus dilakukan. Praktik promosi silang, berbagi konten dan kolaborasi menjadi jalan pengembangan pasar dan juga langkah menuju perubahan media. Sejauh mana teknologi komunikasi digital mempengaruhi pola kerja wartawan Suara Merdeka Biro Kedu DIY akan dipaparkan lebih detail pada dua poin di bawah ini.

Pola Konsumsi Media Baru Wartawan Surat Kabar

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa teknologi komunikasi yang sering digunakan oleh wartawan madya dan muda dalam kategori generasi X, Y, Z berupa hardware (gawai) dan software (akun media sosial dan email). Dalam kaitannya dengan profesi kewartawanannya, informan

menggunakan gawai untuk berinteraksi dengan stakeholder internal dan eksternal seperti narasumber, pengiklan, wartawan dari media sendiri dan wartawan dari media lain. Selain itu, gawai juga digunakan untuk melakukan verifikasi kepada narasumber. Sedangkan akun-akun media sosial yang dimiliki oleh wartawan muda dalam kategori generasi Y dan Z cenderung digunakan untuk kepentingan pribadi terlepas dari profesi kewartawanannya. Unggahan mengenai sisi personal (hobi dan minat) mereka terhadap seni musik dan fotografi lebih banyak ditemukan di akun media sosial yang mereka miliki seperti Facebook dan Instagram.

“Akun instagramku isinya hasil ceptretan aku aja mbak. Karena aku suka fotografi. Bukan foto yang serius-serius juga sih. Foto-foto fun, hasil hunting sama komunitas di Magelang” – Wartawan muda generasi Y

Sedangkan akun Facebook dan Instagram informan yang tergolong wartawan madya dalam kategori generasi X menunjukkan kecenderungan untuk mempromosikan agenda-agenda yang berkaitan dengan industri tempat dia bekerja. Email dan Whatsapp digunakan oleh wartawan madya dan muda untuk memperoleh bahan berita (misalnya pers release atau undangan) dan sarana berkoordinasi dalam menjalankan profesi kewartawannya.

“Media sosial saya sebenarnya 2, ada facebook dan Instagram. Sebisa mungkin saya update semua. Kan sekarang era digital ya, sekalian bisa mempromosikan Suara Merdeka” – Wartawan madya generasi X

Ide tentang media baru adalah bentuk pengembangan media digital dan bagaimana media tradisional berkonvergensi dengan teknologi media baru (internet & telepon genggam) (Flew,

2005). Media digital mencakup format konten media yang mengintegrasikan data, teks, suara dan gambar dari segala jenis format digital yang didistribusikan melalui jaringan digital. Internet, wifi & telepon genggam adalah manifestasi dari media baru. Online news sites, online encyclopedia, siaran radio dan televisi digital, film digital dan media sosial merupakan bentuk dari media digital yang kini sering digunakan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi.

Konsumsi media adalah jumlah informasi dan media yang digunakan oleh individu atau kelompok. Ini termasuk seperti berinteraksi dengan media baru (new media), membaca buku, majalah, menonton televisi dan film dan mendengarkan radio. Media use atau penggunaan media sering dikatakan kebiasaan menggunakan media (media habit) berulang kali atau dalam situasi yang sama setiap waktu. Media use adalah kegiatan memilih, mengonsumsi, memproses dan menginterpretasi media sekaligus kontennya. Penggunaan media akan berkaitan dengan jenis media yang digunakan, tempat dan waktu saat menggunakan media dan konten media (Negara & Amal, 2015). Penelitian ini akan melihat pola konsumsi media digital dari wartawan madya dan muda untuk keperluan profesional mereka.

Data penelitian memperlihatkan bahwa wartawan madya dan muda di tiga kategori generasi menggunakan media baru yang berupa smartphone, jaringan internet dan wifi. Di era digital mereka memang bergantung dengan media baru ini untuk mempermudah aktivitas sehari-hari sebagai seorang jurnalis. Sedangkan wartawan madya dan muda menggunakan media digital (Online news sites, online encyclopedia, siaran radio dan televisi digital, film digital dan media sosial) untuk kepentingan dan tujuan yang berbeda-beda. Online news site terkadang digunakan oleh wartawan

madya dalam kategori generasi X untuk memantau pemberitaan di media massa lain. Dengan memantau pemberitaan di media massa lain, informan dapat membuat rencana pemberitaan yang kemudian didelegasikan kepada wartawan muda. Sebelum mendelegasikan sebuah liputan kepada wartawan muda, seorang wartawan madya harus berkoordinasi dengan wartawan utama yang jenjang jabatannya lebih tinggi. Online encyclopedia tidak pernah digunakan oleh wartawan madya di kategori generasi X. Hal ini disebabkan pengalaman kewartawanan yang lebih dari 10 tahun membuat informan tergolong mahir menggunakan beragam kosakata untuk menulis dan mengedit berita.

“Dulu waktu masih jadi wartawan baru saya pegangnya kamus mbak, karena belum ada online-online kayak sekarang. Jadi belajarnya lewat kamus. Tapi sekarang uda jarang pegang kamus. Apalagi yang online. Mungkin kalau ada kata-kata baru aja baru cari di internet” – wartawan madya generasi X

Wartawan muda dalam kategori generasi Z menggunakan media digital yang berupa siaran radio dan televisi digital karena informan juga bertugas membuat konten pada kanal berita online milik Suara Merdeka. Dengan kata lain, wartawan muda dalam kategori generasi Z lebih aktif di Instagram (untuk keperluan personal) dan Youtube (untuk keperluan pekerjaan). Online encyclopedia juga tidak pernah digunakan oleh informan, karena pembelajaran mengenai teknik penulisan dan penggunaan kosakata untuk berita didapat dari wartawan yang lebih senior. Sedangkan wartawan muda generasi Y lebih aktif menggunakan Facebook dan Instagram karena informan tergabung

dalam komunitas online fotografi dan juga kesenian. informan mengaku jarang aktif untuk mengunggah sebuah konten maupun memberikan komentar di komunitas online-nya, namun mereka akan dengan senang hati berpartisipasi ketika diundang dalam kegiatan offline. Ringkasnya kecenderungan yang dimiliki oleh wartawan muda generasi Z, wartawan muda generasi Y dan wartawan madya generasi X dalam menggunakan media baru dan media digital ditulis dalam tabel di bawah ini.

TABEL 1.2 Kecenderungan para informan dalam menggunakan media baru dan media digital

	Wartawan muda generasi Z	Wartawan muda generasi Y	Wartawan madya generasi X
Media baru (internet, jaringan wifi, smartpho ne)	<ul style="list-style-type: none"> Gawai digunakan untuk berkomunikasi dengan stakeholder eksternal dan internal Jaringan internet dan wifi digunakan untuk membantu verifikasi kepada narasumber dan melakukan koordinasi agar lebih cepat efektif dan efisien. 	<ul style="list-style-type: none"> Gawai digunakan untuk berkomunikasi dengan stakeholder eksternal dan internal. Jaringan internet dan wifi digunakan untuk membantu verifikasi kepada narasumber dan melakukan koordinasi agar lebih cepat efektif dan efisien. 	<ul style="list-style-type: none"> Gawai digunakan untuk berkomunikasi dengan stakeholder eksternal dan internal Jaringan internet dan wifi digunakan untuk membantu verifikasi kepada narasumber dan melakukan koordinasi agar lebih cepat efektif dan efisien.
Media Digital (media sosial)	Facebook & Instagram yang	Facebook & Instagram yang dimiliki untuk	Facebook & Instagram lebih

	dimiliki untuk kepentingan personal (hobi & minat).	kepentingan personal (hobi & minat).	sering dijadikan sebagai tempat promosi kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan Suara Merdeka.
Media digital (Email & Whatsapp p)	Digunakan untuk memperoleh bahan berita dari pers release atau undangan dan sarana berkoordinasi	Digunakan untuk memperoleh bahan berita dari pers release atau undangan dan sarana berkoordinasi	Digunakan untuk memperoleh bahan berita dari pers release atau undangan dan sarana berkoordinasi
Media Digital (siaran radio dan TV digital, film digital)	Media digital ini memiliki format pemberitaan yang berbeda sehingga tidak digunakan sebagai sumber referensi.		
Media Digital (Online News Site)	Tidak pernah menggunakan ini sebagai sumber referensi dalam melaksanakan tugas jurnalistik, karena kecepatan pemberitaan yang dimiliki oleh <i>online news site</i> dan media massa cetak itu berbeda. Kecepatan pemberitaan ini akan mempengaruhi kedalaman berita yang ditulis.		Pernah menggunakan online site news untuk memantau pemberitaan di media massa lain. Online site news bukan menjadi sumber utama untuk merencanakan liputan.

Dengan meminjam konsep dari ranah marketing (Pride & Ferrell, 2014), pola konsumsi media digital dapat dipetakan menjadi beberapa tipe seperti berikut:

TABEL 1.3 Social Technographics
(sumber Pride & Ferrell, 2014)

Creators	<ul style="list-style-type: none"> • Publish a blog • Publish personal webpages • Upload original video • Upload original audio / music • Write articles or stories and post them
Conversationalist	<ul style="list-style-type: none"> • Update status on social networking sites • Post updates on Twitter
Critics	<ul style="list-style-type: none"> • Post ratings / reviews of products or services • Comment on someone else's blog • Contribute to online forums • Contribute to/edit articles in a wiki
Collectors	<ul style="list-style-type: none"> • Use RSS feeds • Add tags to webpages or photos • "Vote" for website online
Joiners	<ul style="list-style-type: none"> • Maintain profile on a social networking site • Visit social networking sites
Spectators	<ul style="list-style-type: none"> • Read blogs • Watch video from other users • Listen to Podcast • Read online forums • Read customer ratings/reviews
Inactives	None of the activities

Creators adalah orang yang menciptakan media mereka sendiri seperti blog, podcast, video dan lain sebagainya. Dengan kata lain creators adalah seorang produsen pesan yang aktif di media digital. Meskipun tidak seaktif creators, conversationalist setidaknya seminggu sekali mereka menghabiskan waktu untuk memperbaharui media digital yang mereka miliki. Critics adalah orang yang memberikan komentar, ratings dan review pada sebuah konten digital. Collectors mengumpulkan informasi dan mengelola konten yang dihasilkan oleh critics dan creators dengan menggunakan tags, RSS feed, dan website seperti Reddit. Joiners adalah semua orang yang menjadi anggota atau bergabung dengan media sosial untuk menjalin hubungan dan kerja sama dengan pengguna lain. Spectators merupakan kelompok orang yang menjadi "penonton" di media digital karena mereka hanya mengonsumsi konten digital yang diproduksi kelompok lain tapi mereka tidak membuat konten apapun. Inactives adalah pengguna online yang tidak berpartisipasi di media digital.

Dari pola konsumsi media digital wartawan madya dan muda yang menjadi informan dalam penelitian ini merupakan kombinasi dari kategori-kategori yang ada di social technographic. Wartawan madya dalam kategori generasi X dan wartawan muda di kategori generasi Y merupakan gabungan dari joiners dan sedikit conversationalists. Mereka tidak secara rutin memperbaharui media sosialnya, namun tetap ada beberapa peristiwa yang dianggap menarik untuk dibagikan. Dari pantauan akun Facebook wartawan madya dalam kategori generasi X, ditemukan bahwa peristiwa yang berkaitan dengan dunia wartawan secara umum (misal tokoh besar wartawan yang wafat) dan secara khusus (misal promosi agenda-agenda kegiatan tempat informan bekerja) menjadi informasi yang secara rutin dibagikan oleh informan ini.

Sebaliknya menurut pengakuan wartawan muda dalam kategori generasi Y, ia lebih sering mengunggah kegiatannya yang berhubungan dengan fotografi dan seni. Keterbatasan waktu penelitian dan situasi pandemi COVID-19 yang fluktuatif di lokasi penelitian membuat tim peneliti belum bisa mengetahui apakah informan dari generasi X dan Y ini memiliki kemampuan untuk menjadi creators dan collectors.

Di sisi lain wartawan muda generasi Z merupakan kategori creators, conversationalists, collectors, joiners dan spectators. Catatan yang patut ditambahkan pada wartawan muda generasi Z adalah mereka menjadi creators dan collectors karena tanggung jawab yang mereka miliki dalam mengelola kanal online milik Suara Merdeka. Hal ini menyiratkan bahwa wartawan muda generasi Z sebenarnya memiliki kemampuan untuk menjadi creators, collectors. Namun informan mengaku jika ia tidak diberi tanggung jawab untuk mengelola kanal online, maka dia hanya akan menjadi joiners dan conversationalists.

*“Aku diberi tanggung jawab untuk mengelola kanal online di Youtube. Tapi kalau gak ada job ini, ya aku akan jadi wartawan biasa aja yang kebanyakannya nulis. Media sosial aku bakal isinya buat fun aja” –
Wartawan muda generasi Z*

Namun yang jelas wartawan muda generasi Z, wartawan muda generasi Y dan wartawan madya generasi X bukanlah merupakan spectators. Hal ini disebabkan mereka bukan hanya sekedar “penonton” pasif yang mengonsumsi konten di media sosial, tapi mereka juga aktif membuat konten di media sosial mereka.

	Joiners	Conversationalists	Creators	Collectors	Spectators	Critics	Joiners
Generation X Mid-Level Journalist	(Have social media accounts to read (not upload))	(Update their social media once a week)					
Generation Y Junior Journalist	(Have social media accounts only for hobbies and connect with the hobby community)	(Update their social media once a month)					
Generation Z Junior Journalist	(Have social media accounts only for hobbies and connect with friends from college and work)	(Update their social media once a month)	(Due to the responsibility to manage the online channel)	(Due to the responsibility to manage the online channel)			

GAMBAR 1.4 Pola konsumsi media digital wartawan madya dan muda

Pola Kerja Wartawan Surat Kabar di Era Digital

Menurut Fleming (2010) pola kerja wartawan dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

a. Selecting news

Wartawan mulai memilih peristiwa di sekitar mereka yang memiliki potensi bernilai untuk dijadikan berita. Dalam tahap ini biasanya wartawan mempertimbangkan nilai berita di setiap peristiwa. Nilai berita menjadi ukuran yang berguna dan biasa diterapkan untuk menentukan layak berita (newsworthy) (Ishwara, 2011). Peristiwa-peristiwa yang memiliki nilai berita ini misalnya yang mengandung konflik, bencana dan kemajuan, dampak, kemasyuran, segar dan kedekatan, keganjilan, human interest, seks dan nilai lainnya. Setiap media massa biasanya memiliki derajat yang berbeda terkait dengan penentuan nilai berita.

Elok dalam tesisnya menjelaskan bahwa setiap berita yang masuk ke newsroom Suara Merdeka akan diteruskan ke bagian editor kemudian dilakukanlah beberapa tahap penyeleksian untuk memilih berita yang dianggap memiliki unsur nilai berita yang baik (Elok, 2012). Berita-berita yang diterbitkan harus memenuhi etika standar jurnalistik, standar teknis jurnalistik dan diminimalkan untuk tidak

menimbulkan persoalan hukum di kemudian hari. Gatekeeper di Suara Merdeka sendiri dimulai dari redaktur bidang, redaktur halaman, redaktur pelaksana dan pemimpin redaksi. Hal ini senada dengan yang dikemukakan oleh semua informan bahwa mereka menghindari peristiwa-peristiwa viral di media sosial untuk dijadikan berita. Rapat redaksi menjadi penentu berita apa yang akan menghiasi halaman surat kabar Suara Merdeka Biro Kedu dan DIY.

Pada prakteknya, wartawan muda di kategori generasi Y dan Z memilih peristiwa berdasarkan bidang tulis mereka yaitu event dan hiburan. Sayangnya, wartawan muda di kategori generasi Z belum memahami betul mengenai konsep nilai berita. Sementara itu, wartawan muda di kategori generasi Y sudah memahami nilai berita, tapi tidak diaplikasikan dalam pemilihan peristiwa yang berpotensi menjadi berita. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal yaitu adanya tuntutan kuantitas berita yang harus dihasilkan dalam sehari dan anggapan bahwa nilai berita yang akan diterbitkan pada hari itu ditentukan oleh manajemen redaksi yang di atasnya. Namun wartawan muda di kategori generasi Y mengaku sudah mampu untuk menulis berita dengan menonjolkan atau mengambil angle berdasarkan nilai berita tertentu yang dirasa akan menarik perhatian pembaca. Biasanya nilai berita yang menarik untuk berita event dan hiburan adalah kemasyuran, human interest, kemajuan, dan dampak.

b. Researching news

Terkadang potensi berita berasal dari peristiwa atau cerita yang sudah jelas, sementara ada beberapa potensi berita yang bersumber dari peristiwa yang belum jelas dan perlu diungkap.

Sumber berita (news sources) membantu wartawan dalam menemukan berita yang ingin ditemukan. Dalam tahap ini, kita akan melihat bagaimana pendekatan yang digunakan wartawan untuk meneliti peristiwa atau cerita dari sumber berita, sehingga wartawan dapat menuliskan fakta-fakta yang sebenarnya dan dapat dipercaya. Bentuk sumber berita dapat terdiri dari press release, newsroom diaries, emergency services, charities, pressure group, local government, trade organization, consumer groups, internet research, email.

Dalam era digital dan terpaan arus informasi yang bisa berlangsung selama 24 jam sehari, sumber berita yang sifatnya online (internet research) menawarkan keefektifan, kecepatan, dan kemudahan bagi wartawan untuk mengumpulkan informasi, pengembangan cerita dan mencari ide berita. Khususnya ketika menghadapi peristiwa krisis seperti serangan teroris, wartawan menyampaikan di internet untuk mendapatkan informasi dan mengetahui apa yang terjadi dari menit ke menit. Sumber berita online ini menyediakan informasi yang berguna dan penting yang dapat dikumpulkan dengan mudah dan menawarkan pengetahuan cepat dalam situasi kritis (Leuven et al., 2018).

Wartawan muda dalam kategori generasi Y dan Z yang membidangi event dan hiburan lebih sering menggunakan sumber berita yang berasal dari press release, local government dan email. Pada beberapa kesempatan wartawan muda kategori generasi Y juga pernah menggunakan sumber berita dari emergency services seperti rumah sakit dan kantor polisi. Penggunaan internet research untuk pengembangan cerita dan mencari ide

berita tidak pernah dilakukan oleh wartawan muda kategori generasi Y dan Z. Jika ada sesuatu yang viral di internet, wartawan generasi Y hanya mengkonfirmasi kebenarannya tapi tidak menuliskannya menjadi sebuah berita. Ia menganggap hal yang viral di internet bersifat nasional dan pasti sudah banyak yang memberitakannya. Ditambah lagi, ia bekerja untuk koran lokal di daerah yang belum tentu pembacanya tertarik dengan hal-hal viral tersebut. Wartawan generasi Z juga mengaku pernah dalam satu hari dia tidak mendapatkan berita apapun. Kemudian dia bertanya kepada wartawan lain daripada melakukan internet research.

c. Writing news

Langkah ini adalah proses terakhir dari langkah kerja wartawan sebelum mendistribusikannya melalui media. Baik sebagai wartawan media cetak, media elektronik dan media online, hal yang perlu diperhatikan adalah sisi humanis, faktual dan prinsip keberimbangan ketika menulis berita. Berita yang berkaitan dengan human interest dan kehidupan manusia menjadi berita yang menarik karena mampu membangkitkan emosi audien. Faktual adalah fakta-fakta harus disampaikan seperti sebagaimana adanya seperti yang wartawan dapatkan di lapangan. Prinsip keberimbangan adalah bagaimana wartawan tidak memihak salah satu pihak sehingga keadilan dalam berita dapat dicapai (Surya, 2019).

Dari hasil wawancara tidak diketahui secara pasti apakah prinsip keberimbangan sungguh-sungguh dilakukan atau tidak. Namun wartawan muda di dalam kategori generasi Y mampu menjelaskan mengenai prinsip keberimbangan dan menggunakan media sosial terutama Whatsapp untuk mengkonfirmasi beberapa pihak yang terlibat dalam

suatu peristiwa. Sedangkan wartawan muda di dalam kategori generasi Z belum dapat menjabarkan dengan gamblang prinsip keberimbangan dalam kegiatan jurnalistik. Sementara itu, prinsip faktual selalu dilakukan baik oleh generasi Y dan Z karena sistem gatekeeping yang cukup ketat di surat kabar Suara Merdeka. Wartawan Suara Merdeka tidak dapat membuat judul-judul berita dan isi berita yang bombastis jauh dari fakta, karena prinsip perusahaannya adalah berpegang pada etika dan standar jurnalistik serta sebisa mungkin berita yang dibuat tidak menimbulkan permasalahan hukum.

Sejak munculnya media cetak pertama sampai hari ini perkembangan media massa sudah semakin maju, apalagi pada era informasi sekarang. Oleh sebab itu orang dituntut untuk cekatan dalam menghimpun, menyeleksi, dan mengolah segala macam informasi. Penyebaran pesan dalam media massa pada era informasi sekarang ini tidak hanya ditujukan untuk menyampaikan informasi tapi juga mendidik, menghibur dan melakukan kontrol sosial (Jiyad Muqsith Asmara et al., 2019). Wartawan madya dan wartawan muda dalam wawancaranya menyatakan cekatan memang menjadi keterampilan yang diperlukan oleh setiap wartawan.

"Jika ada peristiwa, kita perlu segera sampai lokasi dan langsung cari narasumber A1 atau A2. Kalau gak bisa kelewatan dan kita tidak mengcover peristiwa penting di hari itu. Apalagi kita kerja di media cetak yang dibaca di pagi hari. Jadi kita harus mengcover semua peristiwa penting di hari sebelumnya" - Wartawan madya, generasi X.

Model hierarki pengaruh yang dikemukakan oleh Pamela Shoemaker dan Stephen Reese tidak berlaku

dalam pola kerja wartawan muda dan madya di Suara Merdeka kantor perwakilan daerah Kedu. Media sosial tidak berpengaruh pada level individu, level rutinitas dan level organisasi. Di level individu, wartawan muda dan madya Suara Merdeka biro Kedu DIY tidak menggunakan influencer atau tokoh media sosial sebagai sumber dan mempromosikan berita yang telah ditulis. Satu-satunya publikasi yang dilakukan adalah melalui media cetak maupun kanal online Suara Merdeka. Menurut wartawan madya generasi X hal ini dilakukan untuk menyesuaikan pembaca Suara Merdeka yang kebanyakan tidak mengikuti tren di media sosial. Kehadiran media sosial juga tidak mengambil alih rutinitas wartawan dalam mencari, meliput dan menulis berita. Wartawan Suara Merdeka biro Kedu DIY justru harus bisa menghindari topik-topik yang sifatnya viral di media sosial. Informasi-informasi viral bukanlah sumber referensi yang mereka gunakan dalam melakukan tugas jurnalistik.

Prinsip keberimbangan, nilai-nilai berita yang dijadikan pedoman, penentuan narasumber yang selektif dan kredibel dan tidak mengikuti arus viral di media sosial menjadi pola yang diikuti oleh wartawan muda dan madya di surat kabar Suara Merdeka dalam menulis berita. Dengan begitu harapannya, Suara Merdeka dapat menjadi surat kabar yang dapat mendidik, menghibur dan melakukan kontrol sosial.

KESIMPULAN

Semua informan menunjukkan penggunaan media sosial yang rendah, pengaruh media digital terhadap pola kerja wartawan madya dan muda juga rendah. Ini dapat terlihat melalui pernyataan informan dalam kelompok

wartawan muda di kategori generasi Y dan Z yang mengatakan bahwa mereka tidak melakukan internet research untuk pengembangan cerita dan mencari ide berita. Mereka lebih mempercayai sumber berita yang sudah dikenal sebelumnya seperti press release, local government, email dan emergency service. Sedangkan wartawan madya di kategori generasi X juga pernah menggunakan online site news untuk memantau pemberitaan di media massa lain. Hasil pantauan wartawan madya tidak langsung dieksekusi menjadi rencana liputan. Hal ini dikarenakan, rencana liputan harus didiskusikan dan disetujui oleh wartawan utama yang jabatannya lebih tinggi dari wartawan madya. Online site news bukan menjadi sumber utama untuk merencanakan liputan.

Dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa kehadiran media digital tidak merubah pola kerja wartawan madya dan muda. Penyebabnya adalah pola konsumsi media digital wartawan muda dan madya yang masuk dalam kategori joiners dan conversationalists. Media digital digunakan untuk kebutuhan personal saja di luar tugas jurnalistik. Penyebab lainnya adalah subjek penelitian yang bekerja di koran lokal daerah. Wartawan lokal di daerah cenderung memprioritaskan karakteristik pembaca di daerahnya daripada arus yang ada di media digital. Hal ini dikarenakan wartawan lokal ingin menonjolkan sisi kedaerahan di surat kabarnya agar bisa bersaing dengan media massa nasional yang mengangkat isu-isu di media digital.

Oleh karena itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan konsep *social technographic* untuk memahami pola kerja wartawan yang bekerja di portal berita *online*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat bahwa media cetak

masih menjadi sumber informasi yang kredibel dan bisa diandalkan di tengah kepingan informasi di era digital. Media cetak khususnya Suara Merdeka menjadi salah satu media massa yang fokus pada ketepatan dan kualitas daripada mengejar peristiwa-peristiwa yang viral.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ashari, M. (2019). Jurnalisme Digital: Dari Pengumpulan Informasi Sampai Penyebaran Pesan. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 4(1), 1-86. <https://doi.org/10.33376/ik.v4i1.286>
- Elok, P. (2012). Gatekeeping Pemberitaan Pemilihan Ketua Umum Kamar Dagang Dan Industri (Kadin) Jawa Tengah Periode 2011-2016 Di Surat kabar Suara Merdeka. Diponegoro.
- Ferrucci, P. (2018). Networked: Social Media's Impact On News Production In Digital Newsrooms. *Newspaper Research Journal*, 39(1), 6-17. <https://doi.org/10.1177/0739532918761069>
- Fleming, C. Dkk. (2010). *An Introduction To Journalism*. Sage.
- Flew, T. (2005). *New Media: An Introduction*. Oxford University Press.
- Hamna, D. M. (2017). Eksistensi Jurnalisme Di Era Media Sosial. *Jurnal Jurnalisa : Jurnal Jurusan Jurnalistik*, 3(1), 106-120. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v3i1.3090>
- Irena, L., & Rusfian, E. Z. (2019). Hubungan Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Komunikasi Internal Dengan Kinerja Karyawan Generasi Z Pada Tech Company. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 223-5635. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5635>
- Ishwara, L. (2011). *Jurnalisme Dasar*. Kompas.
- Jiyad Muqsith Asmara Et Al. (2019). Teknik Propaganda Pada Pemberitaan Calon Walikota Padang Jelang Pemilu 2018 Di Harian Padang Ekspres. *Al-Munir Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 10(2), 79-89. <https://doi.org/10.15548/Amj-Kpi.v2i2.493>
- Kaul, V. (2012). Journalism In The Age Of Digital Technology. *Online Journal Of Communication And Media Technologies*, May, 125-143.
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291-296. <https://doi.org/10.29313/Mediator.v6i2.1197>
- Latifah, W., & Muksin, N. N. (2021). The Effectiveness Of Interpersonal Communication In Employee Coaching Methods At Rsd R . Syamsudin , Sh Sukabumi City. 14(1), 1-11.
- Leuven, S. Van, Kruikemeier, S., Lecheler, S., & Hermans, L. (2018). Online And Newsworthy. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1498747>, 6(7), 798-806. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1498747>
- Myers, K. K., & Sadaghiani, K. (2010). Millennials In The Workplace: A Communication Perspective On Millennials' Organizational Relationships And Performance. *Journal Of Business And Psychology*, 25(2), 225. <https://doi.org/10.1007/S10869-010-9172-7>
- Negara, P. W., & Amal, N. N. (2015). Media Habit: Remaja Pendengar Radio Usia 14-19 Tahun Di Kota Solo Phulia Widya Negara. *Jurnal Komunikasi Massa*, 1, 1-17.

- Nuh, M. (2019). Jurnalisme Di Era Digital. *Jurnal Dewan Pers*, 20(November), 4-5.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada.
- Permatasari, V. A. A. (2020). Integrasi Newsroom Media Cetak Jawa Tengah (Studi Pada Harian Suara Merdeka Dan Jawa Pos Radar Semarang Menuju Konvergensi Jurnalistik). *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), 55.
<https://doi.org/10.24167/jkm.v1i1.2849>
- Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2014). *Marketing*. South-Western Cengage Learning.
- Pujiastuti, R. B. N. S. (2010). Reputasi Suara Merdeka Melalui Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr). Diponegoro University.
- Putra, R. P., Rachmawati, I., & Cholifah, Y. W. (2021). Digital Information Media Of The Salman Itb Halal Center In Improving Marketing Performance Of Halal Lecture Program. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 14(1), 42-53.
- Reich, Z. (2014). Islands Of Divergence In a Stream Of Convergence: Comparing The News Practices Of Male And Female Journalists In Israel. *Journalism Studies*, 15(1), 64-81.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.790619>
- Surahman, S. (2016). Determinisme Teknologi Komunikasi Dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 12(1), 31-42.
<https://doi.org/10.24821/rekam.v12i1.1385>
- Suraya, S. (2019). Journalist Credibility Based On Digital Media Used. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 26-34.
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v4i1.261>
- Tjia, M., & Fitriani, D. R. (2019). Pengaruh Motif Selfie Terhadap Keterbukaan Diri Generasi Milenial. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 199-211.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.5037>
- Utomo, W. P. (2016). *Generasi Jurnalis Yang Hilang - Remotivi*.
- Weaver, D. H., Willnat, L., & Wilhoit, G. C. (2019). The American Journalist In The Digital Age: Another Look At U.S. News People. *Journalism And Mass Communication Quarterly*, 96(1), 101-130.
<https://doi.org/10.1177/1077699018778242>