SRATEGI KONVERGENSI MEDIA CETAK HARIAN RIAU POS

Oleh : Iis Patmanjawati

Email : iispatmanjawati@gmail.com

Pembimbing : Dr. Muhammad Firdaus M.Si

Konsentrasi Manajemen Komunikasi - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Developments in communication technologies today is very rapidly. The birth of digital media that uses Internet technology has affected the print media, where the number of circulation continues to decline from year to year. Print media that are still surviving are required to convergence by preparing digital-based media, one of wich is Riau Pos. As the purpose of this research is to find out the media convergence strategy carried out by Riau Pos.

This study uses a qualitative method using media convergence teory, with the presentation of descriptive analisys by describing the state of the subject and object of research based on the existing facst. The data colection techniques were carried out trthrough intervies with five informants using purposive sampling, documentation and observation. The data analysis techniques in this study used and interactive model by Miles and Huberman with the data analysis unit in the form of text/ sentence/ dialogue. To achieve the validity of the data in this study the authors used two data checking techniques, namely by extention of practicipation and triangulation techniques.

The results showed that the convergence strategy of the daily Riau Pos industry has been ncarried out well. Planning and evaluation carried out by Riau Pos is decided be leadership of Riau Pos, besides that, the implementation of media convergence carried out by the Riau Pos daily is by unifying the newsroom. so that it can describe the Riaupos convergence strategy using the management function of media planning, organitation, actuating and controlling. In addition, will describe how implementation of media convergence carried out by Riaupos daily is by providing a digital media platform in the from of e-paper, and providing social media such as Intragram, Facebook, Twitter and its Youtube channel, Raiupos.co for a young consumer audience. However, there are a number of things that need to be improved so the in the future Riaupos daily will still exist as a media company.

Keyword : Convergence Strategy, Print Media Newspaper, Riau Pos Daily

PENDAHULUAN

Surat kabar atau Koran merupakan salah satu *The "Big Five" Traditional Media* (Straubhar, 2009:332). Kelima besar media tradisional tersebut adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan iklan atau media luar ruang. Disebut sebagai lima besar media tradisional lantaran kelima media tersebut memiliki jangkauan audiens terbanyak. Dan surat kabar menjadi salah satu dari lima media tradisional tersebut. Media tradisional yang pada dasarnya masih menggunakan teknologi analog makin tersaingi dengan hadirnya media baru yang lahir sebagai dampak munculnya teknologi digital.

Hadirnya teknologi digital dan internet ini merupakan salah satu determinan penting dalam memunculkan perangkat multimedia, seperti misalnya media cetak yang saat ini juga memiliki versi digital (online). Salah satu media cetak lokal Pekanbaru yaitu *Harian Riau Pos* telah memiliki versi digitalnya yaitu e-paper *Harian Riau Pos*. Hal ini berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan arus informasi dan model komunikasi, baik dari segi produksi, distribusi maupun konsumsinya. Pola *one way communication* yang merupakan ciri media konvensional akhirnya terus bertransformasi menjadi *two way communication* dan pada gilirannya mengarah pada bentuk interaktivitas komunikasi.

Di Amerika Serikat, lonceng kematian media cetak mulai terjadi karena tidak mampu melawan perubahan atas berkembangnya teknologi informasi yakni media online. Contoh nyata adalah *Newsweek*. Majalah paling populer yang berumur 85 tahun berhenti cetak pada akhir 2012 dan kemudian berganti wajah menjadi media digital per Januari 2013. Sebelumnya pada 2009, *The Rocky Mountain News* memutuskan mengakhiri edisi cetak dan meninggalkan 117.600 pembacanya. *The Seattle Post Intelligence* yang sudah berusia 146 tahun juga bernasib sama. Revolusi teknologi

informasi, seperti perkembangan internet juga mengganggu "kesehatan" koran besar di AS. *The Washington Post* yang sering menjadi kiblat koran dunia yang terpaksa harus memangkas sejumlah biaya dengan menutup sejumlah biro dan mengurangi jumlah karyawan mereka (Kompas.com, 14 Oktober 2016).

Kematian koran mulai melanda Indonesia. Pada 2015, *Sinar Harapan*, *Harian Bola* dan *Jakarta Globe* menyatakan tutup. Mereka tidak mampu bertahan di industri media cetak karena gempuran media online. Di Indonesia, ada beberapa media nasional yang telah menerapkan konsep konvergensi antara lain di Grup Kompas Gramedia, Grup Tempo, dan Tribun. *Harian Riau Pos* sebagai koran daerah yang terbit di Pekanbaru pada 17 Januari 1991 juga berusaha menyesuaikan dengan perkembangan teknologi. Ancaman kematian koran sebagaimana disampaikan para pakar media sebagai efek atas derasnya media online diantisipasi dengan melakukan konvergensi media.

Berdasarkan fenomena yang ada bahwa gaya hidup masyarakat metropolitan yang harus menghabiskan banyak waktu di jalan untuk beraktivitas banyak berpengaruh pada konsumsi media. Mereka yang tadinya bisa membaca koran atau menonton berita di televisi sebelum berangkat kantor, sekarang tidak bisa lagi. Misalnya, membaca koran harus dilakukan dikendaraan menuju tempat beraktivitas atau setelah sampai dikantor. Perubahan kebiasaan itu cukup signifikan, sehingga bila pengiklan ingin menjangkau target konsumen dari kategori perilaku tersebut, maka harus dijangkau lewat media lain juga agar efektif. Media yang selalu melekat dalam aktivitas manusia adalah media yang sifatnya mobile, seperti seperti media *smartphone* dalam memetakan siklus konsumsi media berdasarkan *life circle* manusia dengan rentang waktu 24 jam.

Pertumbuhan media berbasis internet terbukti terus meningkat dari

tahun ke tahun. Penetrasi yang tinggi tersebut menunjukkan pengakses informasi lewat media online sangat besar. Sejak permulaan internet booming pada tahun 2000-an, pertumbuhan pengguna internet makin tinggi. Pada rentang tahun 2012 hingga 2020 saja jumlah pengakses internet tumbuh lebih dari tiga kali lipatnya, dari 63 juta hingga 196,7 juta pengakses.

Sekjen APJII Henry Kasyfi Soemartono mengungkapkan, penetrasi pada tahun 2018 mencapai 64,8 persen. "saat ini penetrasi pengguna internet Indonesia berjumlah 73.7 persen dari total populasi, yang menurut Badan Pusat statistik berjumlah sekitar 266 juta orang." Dalam jumpa pers Senin 9 November 2020 (Jabar.suara.com. Kamis 12 November 2020)

Peningkatan pengguna internet ditopang oleh semakin meluasnya pengguna ponsel pintar (smartphone) dan selesainya proyek penggelaran kabel fiber optik Palapa Ring yang menyambungkan jaringan internet keseluruh wilayah Indonesia. Fakta tersebut menguatkan asumsi bahwa pergeseran gaya hidup (life style) akibat paparan teknologi dengan platform konvergensi memang tidak terhindarkan. Ketika kaum pebisnis khususnya yang bergerak pada bidang media massa telah melihat peluang bagi penyatuan fungsi-fungsi dari berbagai domain bisnis yang dimilikinya untuk memfasilitasi tren konvergensi.

Dampak langsung dari perubahan pola konsumsi media tersebut adalah berkurangnya jumlah edar surat kabar. Terbukti dari jumlah oplah surat kabar harian Riau Pos yang menurun drastis pada tahun 2018 dikarenakan semakin meningkatnya jumlah pengguna internet, pada tahun 2013-2017 oplah surat kabar harian Riau Pos sebanyak 75000 eksemplar. Sedangkan pada tahun 2018 menurun drastis menjadi 65000 eksemplar. (M Nazir Fahmi, General Manager Riau Pos, 18 juni 2019).

Pada tahun 2008, Riau Pos mulai merilis bentuk e-paper dan web nya. Kemudian pada tahun 2018 harian Riau Pos merilis sosial medianya, yaitu Twitter, Instagram, Facebook, dan Youtube dengan alamat Riaupos.co. Dengan beberapa platform yang dimiliki Harian Riau Pos tersebut, Harian Riau Pos sudah mulai masuk ke tahap konvergensi. Adanya beberapa platform tersebut merupakan salah satu strategi dalam rangka mempertahankan eksistensi Riau Pos sebagai koran cetak dan sekaligus pengembangan unit usaha baru agar mampu bertahan dalam persaingan industri media.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan dalam pengertian khusus, strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan (<http://jurnal-sdm,2009>).

Pendapat lain diungkapkan oleh David dalam bukunya yang berjudul Manajemen Strategis menerangkan mengenai pengertian strategi adalah: Strategi didefinisikan sebagai cara untuk mencapai jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, *diversifikasi*, *akuisisi*, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi

karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture* (Salusu 2006:18).

Konvergensi Media

Konvergensi media muncul seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, kemajuan teknologi telah memberikan ide baru dalam model penyampaian informasi media massa. Arti kata dasar konvergensi adalah ‘memusat’, dan jika melihat dari gambar diatas konvergensi bias didefinisikan sebagai pemusatan atau penggabungan beberapa jenis media (cetak dan elektronik) dalam pengiriman konten atau pesan melalui komputer dan internet. Konten yang berkombinasi antara teks, audio, video dikonvergensi pada satu teknologi media internet menggunakan jaringan satelit.

Konvergensi berasal dari kata bahasa Inggris yaitu “*Convergence*” yang memiliki arti tindakan bertemu atau bersatu di suatu tempat, atau bisa diartikan juga pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat. Media adalah sesuatu yang dapat digunakan sebagai sarana penghubung atau perantara dalam penyampaian informasi maupun penyampaian hiburan dari pengirim informasi kepada penerima informasi (komunikasi).

Konvergensi Media adalah pengintegrasian atau penggabungan media-media yang ada untuk diarahkan dan digunakan ke dalam satu titik tujuan, dimana konvergensi media diakibatkan karena adanya perkembangan teknologi komunikasi digital yang menyebabkan efisiennya adanya telepon, video, dan komunikasi data dalam suatu jaringan (konvergensi jaringan).

Jadi dapat disimpulkan bahwa konvergensi media adalah fenomena bergabungnya berbagai media yang sebelumnya dianggap berbeda dan terpisah yang meliputi media cetak maupun media elektronik (misalnya televisi, radio, surat kabar, dan komputer) menjadi satu ke dalam sebuah media tunggal.

Media Cetak

Media cetak merupakan media tertua yang ada dimuka bumi. Media cetak berawal dari media yang disebut dengan *Acta Diuna* dan *Acta Senatus* di kerajaan romawi, kemudian berkembang pesat setelah Johannes Gutenberg menemukan mesin cetak hingga kini sudah beragam bentuknya, seperti surat kabar, tabloid, dan majalah. Media cetak adalah segala barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan seperti yang sudah disebutkan sebelumnya macam-macam media cetak pada umumnya.

Sejarah perkembangan surat kabar serta majalah selanjutnya dapat dipaparkan sebagai serangkaian perjuangan, kemajuan dan pengulangan, yang mengarah ke iklim kebebasan, atau bisa juga dilihat sebagai kelanjutan dari sejarah kemajuan ekonomi dan teknologi. Unsur-unsur penting dalam sejarah pers yang mempengaruhi batasan surat kabar dan majalah modern akan disajikan pada paragraf - paragraf selanjutnya. Memang sejarah perkembangan pers setiap bangsa tidak mungkin dipaparkan dalam satu pemaparan ringkas. Terlepas dari hal tersebut, patut dicatat bahwa unsur – unsur penting tersebut, yang sering kali berbaur dan berinteraksi satu sama lain, merupakan faktor penentu dalam perkembangan institusi pers. Tentu saja dengan kadar pengaruh yang berbeda-beda.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Bogdan dan Taylor mengungkapkan bahwa dengan melakukan pendekatan kualitatif mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu (Ruslan, 2010:215).

Subjek dan Objek

1. Subjek

Subjek penelitian ini dipilih berdasarkan teknik purposive sampling.

Teknik Purposive Sampling adalah teknik yang mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar-dasar kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel untuk tujuan tertentu saja.

Adapun subjek penelitian ini adalah Pimpinan Perusahaan PT.Riau Pos, Pimpinan Redaksi, dan Wartawan Riau Pos Intermedia untuk mengetahui Strategi Konvergensi media dilakukan.

2. Objek

Objek penelitian adalah variabel penelitian yang merupakan inti dari problematika penelitian. Benda, hal, atau orang, tempat, data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan disebut objek (Arikuntoro, 2000:55). Berdasarkan defenisi di atas maka untuk melihat bagaimana Strategi Konvergensi Media Cetak di terapkan maka lokasi penelitian dilakukan pada koran Harian Riau Pos.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (*Inerviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (Interview) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong,2005:186).

Pengertian lain wawancara adalah cara pengumpulan data melalui kegiatan tanya jawab secara langsung dengan informan untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Pada Penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara dengan Pimpinan Redaksi dan Staff-staff Harian Pagi Riau Pos yang memungkinkan peneliti mendapatkan data yang diinginkan dalam melakukan penelitian mengenai pengelolaan internet harian Riau Pos dalam membangun industri media cetak.

2. Observasi

Pengumpulan data melalui observasi dilakukan dengan melihat dan mengamati secara langsung peristiwa atau kejadian melalui cara yang sistematis. Teknik ini akan membawa peneliti untuk dapat menangkap arti fenomena dari segi pengertian subjek penelitian, dan dapat merasakan apa yang dirasakan serta dihayati oleh subjek penelitian sehingga meyakinkan peneliti bahwa subjek tersebut dapat mejadi sumber data bagi penelitian (Moleong, 2005: 174).

Dalam hal ini peneliti melakukan observasi non partisipan yaitu dengan pengamatan dan peninjauan langsung terhadap pengelolaan internet yang dilakukan oleh Riau Pos dalam membangun industri media cetak.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang dianggap perlu serta ada hubungannya dengan penelitian ini (Moleong,2005:216). Dokumen tersebut berisi tentang informasi yang diperlukan dalam penelitian ini dengan cara mengambil data-data yang berhubungan dengan objek penelitian.

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyalin data-data atau arsip yang tersedia pada *interview* atau instansi yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2008: 82) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, foto, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang, bisa berbentuk catatan harian, foto, gambar, dan sejarah kehidupan. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data dari hasil dokumentasi berupa foto dan dokumen tertulis yang berisikan tentang informasi dari *female* pengguna Instagram seperti foto informan penelitian maupun kegiatan informan penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dengan penyajian analisa secara deskriptif. Analisis data digunakan untuk menarik kesimpulan agar lebih memberi gambaran pada data. Analisis data digunakan untuk memberi makna, menafsirkan, atau mentransformasikan data didalam narasi yang mengarah pada proposi-proposisi ilmiah (Moleong,2005:103).

Analisis data kualitatif dimulai dari analisis dari berbagai data yang berhasil dikumpulkan dilapangan. Kemudian data tersebut diklarifikasikan menjadi kategori-kategori tertentu, pengklarifikasian ini harus mempertimbangkan keabsahan dengan memperhatikan kompetensi subjek penelitian, tingkat autensitasnya, dan melakukan triangulasi berbagai sumber data. Setelah diklarifikasikan, peneliti melakukan pemaknaan terhadap data, peneliti dituntut berteori untuk menjelaskan dan berargumentasi.

Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan, data dikumpulkan karena dengan perpanjangan keikutsertaan dapat menguji ketidak benaran informasi yang diperkenalkan oleh distorsi, baik yang berasal dari diri sendiri maupun dari informan dan membangun kepercayaan subjek. Perpanjangan keikutsertaan juga menuntut peneliti agar terjun lokasi dan dalam waktu yang panjang guna mendeteksi dan memperhitungkan distorsi yang mungkin mengotori data. Selain itu perpanjangan keikutsertaan juga dimaksudkan untuk membangun kepercayaan pada subjek terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti itu sendiri (Moleong, 2005: 192).

Teknik pemeriksaan keabsahaan data dengan triangulasi memungkinkan peneliti untuk melakukan cek ulang temuannya

dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori.

Hasil dan Pembahasan

Munculnya media sosial telah mempengaruhi lebih dari sekedar praktik komunikasi biasa, namun telah memberikan platform baru yang besar untuk berekspresi di masyarakat. Dalam melakukan hal itu juga telah memperluas dan mengubah pentingnya hubungan masyarakat. Tidak ada lagi individu dan kelompok terhalang oleh kurangnya akses kedia ceta atau penyebaran terbatas agunan tersebut. Hari ini, individu dan organisasi dapat mempromosikan dan membujuk menggunakan berbagai platform dan alat-alat media sosial, berpotensi mencapai sispapun di dunia maya. Dalam organisasi, tugas pemahaman dan memanfaatkan teknologi tersebut untuk mempromosikan dan membujuk sering berada di bawah kedok *Public relations* (Auger, 2013:369).

Hasil penelitian terhadap konvergensi media yang digunakan Harian Riau Pos ialah bahwa harian Riau Pos telah memanfaatkan media sosial dengan sangat baik, yang mana mereka telah memiliki media social seperti instagram dengan 2 akunnya yaitu; @Riaupos.co dan @Riaupos.Jamannow, facebook Riaupos.co, twitter @Riaupos.co, dan channel youtube Riaupos.co yang mana Semua video yang terkait berita pada harian Riau Pos dan Riaupos.co di upload ke Youtube Channel Harian Riau Pos. Mereka juga menyediakan halaman web online yaitu Riaupos.jawapos.com. Harian Riau Pos selalu berinovasi dan selalu mengikuti perkembangan teknologi. Harian Riau Pos juga selalu berusaha memberikan inovasi pengembangan karyawan. Berangkat dari statement tersebut, dapat disimpulkan bahwa fungsi pengembangan yang diterapkan pada Harian Riau Pos terdiri atas dua bagian yaitu pengembangan dalam bentuk konten dan pengembangan karyawan.

Persaingan media yang kian ketat menyebabkan Harian Riau Pos berusaha untuk memperbagus tampilan dan isi berita. Karena persaingan itulah harian Riau Pos selalu mencoba menghadirkan sesuatu yang baru, berinovasi dan terus menyajikan berita yang layak baca. Salah satu cara yang dilakukan oleh harian Riau Pos untuk mendapatkan pembaca yang banyak adalah dengan memanfaatkan media sosial.

Selain itu Harian Riau pos memberikan kesempatan agar pembaca memberikan kritik dan sarannya guna perubahan bagi harian Riau Pos ke arah yang lebih baik. Dalam prakteknya Harian Riau Pos memiliki tim khusus media sosial yang bertugas mengunggah dan menggapai komentar pembaca Harian Riau Pos dan Riaupos.co.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Strategi konvergensi media yang dilakukan oleh harian Riau telah terlaksana dengan cukup baik, hal ini dapat dilihat dari dilakukannya rapat perencanaan. Secara garis besar, dalam rapat tersebut menentukan program kerja setahun kedepan. Pada tahap pengorganisasian manajemen Harian Riau Pos telah terbentuk struktur organisasi dengan jabatan dan tanggung jawab masing-masing. Tahap penggerakan merupakan tahap yang sangat penting dalam manajemen Harian Riau Pos, karena dengan adanya penggerak, proses pengelolaan perusahaan dapat berjalan dengan lancar, dengan ditunjang dengan fasilitas yang telah disediakan oleh perusahaan. Tahap pengawasan dalam manajemen harian Riau Pos dilakukan dalam pertemuan-pertemuan seperti saat rapat evaluasi kerja.
2. Pelaksanaan konvergensi media yang dilakukan harian Riau Pos ialah dengan memanfaatkan media *online* seperti halaman *website* tersendiri,

Riau Pos juga aktif di media sosial seperti Instagram, Facebook dan Twitter Riau.co, dengan membagikan informasi terbaru baik dari Riau dan Nasional, dengan data yang dapat di pertanggungjawabkan. Riau Pos merasa perlu hadir di lini masa media sosial, sebab berita-berita yang kerap disebar di berbagai media, khususnya *online*, tidak sedikit merupakan berita palsu (*hoax*), yang diproduksi hanya untuk keuntungan suatu kelompok saja dan juga untuk menjatuhkan pihak lain. Menurut redaktur Riau Pos, dengan menjaga profesionalitas, Riau Pos berharap dengan hadir dalam berbagai *platform* seperti media cetak sendiri dalam e-paper atau media *online* seperti Laman Web, Inatagram, Twitter dan Facebook Riaupos.co dapat menetralsir kabar-kabar palsu yang sering beredar di media sosial khususnya mengenai kabar di Riau. Jadi konvergensi secara utuh yang dilakukan oleh harian Riau Pos disesuaikan dengan konteks kebutuhan dan budaya perusahaan Harian Riau Pos.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Baran, Stanley J & Davis, dennis K. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Massa Depan*. (Edisi Kelima) (Afrianto Daud & Putri Iva Izzati, Penerjemah). Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Prenada Media Grup.
- Dailey, Larry, Demo, Lori and Spillman, Mary (2003), *The Convergence Continuum*, Newyork, Vintage Books.

- Denzin, Noman K & Lincoln, Yvonna S. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dunn, William N. 1984. *Analisa Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Hanindita Offset.
- Dirgantoro, Crown. 2001. *Manajemen Strategik: Konsep Kasus, dan Implikasi, cetakan Pertama*. Jakarta: Grasindo.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Fidler, Roger, 2003. *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang Budaya
- Glueck, William F dan Lawrence R. Jauch. 1991. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. (Murad dan Henry Sitanggang, Penerjemah). Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Hariadi, Bambang. 2005. *Manajemen Strategi*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Hikmat, M Mahi. 2010. *Komunikasi Politik, Teori dan prtaktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2009. *Manajemen Operasi*. Jakarta Salemba Empat.
- Ishwara, Helen. 2001. *PK Ojong: Hidup Sederhana Berpikir Mulia*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Jalaluddin Rahmat. 2014. *Psikologi Komunikasi*. Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Melkote, srinivas R. (1998). *Communication for develoment in the third world: theoru and practice*. Cetakan ke-7. London: Sage Publications.
- Mc Quail, Denis. 2000. *Journalism&Democracy*. London: Sage Publication.
- Mosco, Vincent. *The Political Economy of Communication*. 2009.
- Mulyana, Deddy, 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakrta: Raja Grafindo Pesada.
- Noor, Henry Faisal. 2010. *Ekonomi Media*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Oetama, Jakob. 2001. *Dunia Usaha dan Etika Bisnis*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Pacey, Arnold. 2000. *The Culture Of Technology*. (9 Editions) Massachusetts: The MITT Press Cambridge.
- Patilima, Hamid. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfa Beta.
- Quinn, Stephen. 2004. *an Intersection of Ideals : Journalism. Profits, Technology, and Convergence*. In "Convergence : The International Journal of Research into New Media Technologiess". Lpndon : Sage Publication Inc.
- Salusu J. 2006. *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik*

- dan Prganisasi Non Prifit. Jakarta: Grasindo.
- Subiakto, Henry dan Rahmat Ida. 2012. *Komunikasi Politik Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Preada Media Group.
- Sugiyono.2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta
- Seperempat Abad Riau Pos (1991-2016). *Membuat Sejarah, Membangun Tradisi, Pers Sehat, Kuat dan Bermartabat*, Pekanbaru: Riau Pos dan Yayasan Sagang Pekanbaru.
- Usman Ks. 2009. *Ekonomi Media: pengantar konsep dan aplikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Winardi,J. 2005. *Manajemen Perubahan*. Jakarta, Penata Media
- WAN IFRA, *World Press Trends 2010*, Halaman 629-636.
- Jurnal:**
- Anton Wahyu Prihartono, *Surat Kabar dan Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos)*, 2016.
- Khadziq, *Konvergebsi Media Surat Kabar Lokal (Studi deskriptis Pemanfaatan Internet Pada Koran tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal)*, 2016.
- Media Suchaya, *Konvergensi Media Lokal (Studi Kasus Grup Radar Banten)*, 2017.
- Rizki Hidayat, *Analisis Manajemen Penyiaran di Era Teknologi Informasi (Konvergensi Media)*, 2016.
- Siswanto, *Efek Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi (ILC) Pada Media Cetak Di Era Konvergensi*, 2017.
- Tesis:**
- Ariyanti, Dian Metha. 2011. *Konvergensi Parsial Di Media (Studi Kasus Media Group)*, Psaca Sarjana UI
- Pelican Andri. 2018. *Manajemen Industri Koran Lokal Dalam Menghadapi Konvergensi Media Di Pekanbaru*, Pasca Sarjana Universitas Riau.
- Internet, Koran, Sumber Lain:**
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)2020, <https://apjii.or.id> (Diakses 10 November 2020)
- Auger, G. A.”Peblic Relation Review Fostering Democracy Trhough Social Media: Evaluating Diametrically Opposed Nonprofit Advocacy Organization Use of Facebook, Twitter, and youtube.” *Public Relation Review* 39(4) (2013): 369-376, <http://doi.org/> (Diakses 25 Oktober 2020)
- Borders, Gracie Lawson. *Media Organizations and Convergence: Case Studies of MediaConvergence Pioneers*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates,Inc, (2006 :5) (Diakses 25 Februari 2020)
- Jabar.suara.com (Diakses 09 November 2020)
- RiauPos.co (Diakses 09 November 2020)
- Pengertian Strategi, <http://jurnal-sdm.blogspot.com> (Diakses 13 Desember 2019)
- Rahardjo, Mudjia. 2010. Analisis data Penelitian Kualitatif. <http://www.http://www.mudjiarahardjo.com/materi-kuliah> (Diakses 25 Oktober 2020)
- Riess, Crishtoph. www.fajar.co.id

Serikat Penerbit Surat Kabar Riau 2019
(Diakses 13 Desember 2019)

Thelen, Gill. 200. Convergence
<http://asne.org/kiosk/editor/00.july>
/ (Diakses 13 Desember 2019)

Metodologi Penelitian A. Lokasi dan
Waktu penelitian
[https://eprints.uny.ac.id/18100/5/B
AB%20III%2009.10.033%20Aji](https://eprints.uny.ac.id/18100/5/BAB%20III%2009.10.033%20Aji)
(Diakses 13 Desember 2019)