

202210040311054
Zaïmatu Haliza
Ilmu Komunikasi

**TRANSFORMASI KONTEN JURNALISME MEDIA CETAK KE MEDIA
SOSIAL (Studi Analisis Isi Pemberitaan Koran Harian Kompas Dan
Instagram @Hariankompas Tentang Aksi Massa Penolakan Tunjangan DPR
Tahun 2025)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Malang Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Ilmu Komunikasi



OLEH:

Nama: ZAÏMATU HALIZA

MIN: 202210040311054

Dosen Pembimbing: Nasrullah, M. Si. Ph.D

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

Lembar Persetujuan

JUDUL SKRIPSI TRANSFORMASI KONTEN JURNALISME MEDIA CETAK KE MEDIA SOSIAL (Studi Analisis Isi Pemberitaan Koran Harian Kompas Dan Instagram @Hariankompas Tentang Aksi Massa Penolakan Tunjangan DPR Tahun 2025)	
Diajukan Oleh : <u>Zaïmatu Haliza</u> 202210040311054	
Telah disetujui <i>Rabu / 8 April 2026</i>	
Pembimbing I	
 <u>Nasrullah, Ph.D</u>	
Wakil Dekan I	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
  <u>Susilo, M.Si.</u>	 <u>Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.</u>

Lembar Pengesahan

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Zaïmatu Haliza
202210040311054




Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 8 April 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Budi Suprpto, M.Si, Ph.D**
2. **Sugeng Winarno, S. Sos, MA**
3. **Nasrullah, Ph.D**


()
()
()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik






Dr. Agus Susilo, M.Si.

Lembar Orisinalitas



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :


Nama	: Zaimatu Haliza
NIM	: 202210040311054
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa


- Tugas Akhir dengan Judul :
**TRANSFORMASI KONTEN JURNALISME KONVENSIONAL KE MEDIA SOSIAL:
ANALISIS ISI PEMBERITAAN KORAN KOMPAS.ID DAN INSTAGRAM @HARIANKOMPAS
TENTANG AKSI MASSA PENOLAKAN TUNJANGAN DPR TAHUN 2025**
adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
- Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
- Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 10 Maret 2026
Yang Menyatakan,



Zaimatu Haliza



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 233 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 490 435
E: webmaster@umm.ac.id

Abstrak

ABSTRAK

ZAĪMATU HALIZA, 202210040311054

Skripsi "TRANSFORMASI KONTEN JURNALISME MEDIA CETAK KE MEDIA SOSIAL (Studi Analisis Isi Pemberitaan Koran Harian Kompas Dan Instagram @Hariankompas Tentang Aksi Massa Penolakan Tunjangan DPR Tahun 2025)"

Bibliografi: 25 buku, 20 jurnal, dan 14 sumber lain

Kata kunci: Analisis Isi, Konvergensi Media, Jurnalisme Konvensional, Jurnalisme Media Sosial, Mediamorfosis.

Perkembangan media sosial mendorong perubahan cara media menyajikan berita, termasuk Kompas dalam peliputan Aksi Massa Penolakan Tunjangan DPR 2025. Penelitian ini bertujuan mengetahui perbedaan struktur, kelengkapan, dan penyajian berita dari Koran Kompas ke Instagram @hariankompas. Penelitian ini menggunakan teori Mediamorfosis Roger Fidler untuk menjelaskan evolusi media cetak menuju format digital, serta teori Konvergensi Media Henry Jenkins untuk melihat bagaimana satu konten berpindah dan beradaptasi lintas platform.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif analisis isi berparadigma positivisme dengan sampel 10 berita Koran Kompas dan 10 unggahan Instagram. Unit analisis meliputi judul, lead, angle, dan formula 5W+1H. Data dikumpulkan melalui dokumentasi digital dan dianalisis dengan kategori terstruktur serta uji reliabilitas menggunakan Rumus Holsti yang menghasilkan nilai CR rata-rata 0,9 (sangat tinggi).

Hasil penelitian menunjukkan perubahan substansial Instagram menggunakan judul Panjang ≥ 8 kata (60% di Instagram vs 20% di koran) dan dominasi tone persuasif (60% di Instagram vs 50% di koran), dominasi lead pendek ≤ 2 kalimat (50% vs 40% di koran), angle lebih menonjolkan human interest (30% vs 20% di koran), serta kelengkapan 5W+1H yang berkurang terutama pada unsur Where (40% vs 70%), Why (50% vs 80%), dan How (50% vs 90%). Temuan ini menegaskan bahwa proses mediamorfosis dan konvergensi media yang adaptif terhadap karakteristik platform digital.

Malang, 17 April 2026

Mengetahui,

Peneliti

(Zaimatu Haliza)

Pembimbing

(Nasrullah, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“TRANSFORMASI KONTEN JURNALISME MEDIA CETAK KE MEDIA SOSIAL (Studi Analisis Isi Pemberitaan Koran Harian Kompas Dan Instagram @Hariankompas Tentang Aksi Massa Penolakan Tunjangan DPR Tahun 2025)”** Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunannya, saya sebagai penulis tentunya mengalami banyak hambatan serta kendala, namun berkat arahan dan bimbingan dari banyak pihak akhirnya tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan pada waktu yang tepat.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan, kelancaran serta petunjuk kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua penulis, Furkhonudin dan Nurhayati, Kakak Penulis, Yahya Ainun Najib, penulis mengucapkan terima kasih atas didikan, dukungan, doa-doa yang selalu terpanjatkan dan seluruh usaha yang telah diusahakan untuk saya. Serta seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan menudukung sehingga penulis dapat mencapai hasil saat ini.
3. Bapak Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si. selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Nasrullah, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam segala proses penelitian ini. Penulis merasa begitu terbantu dengan seluruh bentuk dukungan yang diberikan.

5. Bapak dan Ibu serta Staff jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memebrikan banyak ilmu serta dukungan selama masa perkuliahan.
6. Kedua sahabat saya, Nayla Helma Aziziya dan Zahra Ayu Amalia yang selalau menemani penulis melewati semua rintangan dengan pebuh canda tawa, yang selalu hadir dalam suka maupun duka.
7. Teman sekaligus coder dalam penelitian ini, Cellina Putri Larasati, yang telah meluangkan waktunya untuk turut membantu penulis dalam proses penelitian ini.
8. Seluruh kawan seperjuangan Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang (HIMAKOM UMM) yang telah memebrikan penulis sebuah pengalaman berharga juga ilmu yang bermanfaat. Seluruh kenangan selama menjalani hari-hari Bersama akan selalu tersimpan dalam hati.
9. Dan tentunya, terima kasih untuk seorang diri saya, Zaïmatu Haliza, sebagai penulis. Terima kasih telah berkomitmen untuk menyelesaikna seluruh tanggung jawab yang telah diambil. Terima kasih utnuk terus bertahan dan melangkah maju. Jalan yang telah dilalui akan menjadi Pelajaran berharga, dan jalan didepan akan penuh dengan tantangan baru. Demi segala yang dicita-citakan, tetaplah berdiri tegak dan semangat.

Malang, 8 April 2026

Zaïmatu Haliza

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Orisinalitas	iv
Abstrak	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Praktis	5
1.4.2 Manfaat Akademis	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Transformasi Jurnalisme	7
2.2 Jurnalisme di Media Cetak.....	8
2.2.1 Karakteristik Jurnalisme di Media Cetak.....	8
2.2.2 Tantangan Jurnalisme di Media Cetak Pada Era Digital	9
2.3 Jurnalisme di Media Sosial.....	11
2.3.1 Karakteristik Jurnalisme di Media Sosial	12
2.4 Struktur Berita dalam Jurnalisme	14
2.4.1 Perubahan Struktur Berita dalam Proses Transformasi Media	15

2.5 Analisis isi (Content Analysis) Berita dalam Kajian Jurnalistik	16
2.6 Landasan Teori	17
2.6.1 Teori Mediamorfosis (Roger Fidler).....	17
2.6.2 Teori Konvergensi Media (Henry Jenkins).....	18
2.7 Penelitian Terdahulu	20
2.8 Gap Penelitian	22
2.9 Kerangka Berpikir	23
2.10 Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Pendekatan Penelitian.....	27
3.3 Metode Penelitian.....	27
3.4 Tipe Penelitian.....	28
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.8 Struktur Kategori.....	30
3.9 Unit Analisis	31
3.10 Satuan Ukur.....	33
3.11 Uji Validitas Data.....	34
3.12 Uji Reliabilitas Data	35
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	39
4.1 Profil Kompas.....	39
4.2 Profil Instagram <i>@hariankompas</i>	41
4.3 Peristiwa Aksi Massa Tolak Tunjangan DPR Tahun 2025	42
4.4 Gambaran Umum Sampel Penelitian	43

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	48
5.1 Hasil Uji Reliabilitas	48
5.5.1 Identitas Coder	48
5.5.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
5.2 Pembahasan	52
5.2.1 Perubahan Judul Berita	52
5.2.1.1 Panjang Judul	52
5.2.1.2 Tone Judul	55
5.2.2 Perubahan Lead Berita	58
5.2.2.1 Jenis Lead.....	58
5.2.2.2 Panjang Lead.....	60
5.2.3 Perubahan Angle Pemberitaan	62
5.2.3.1 Angle Pemberitaan dan Ideologi Kompas.id.....	64
5.2.4 Pemadatan Informasi di Media Sosial	66
5.2.4.1 Berita Dipadatkan, Pergeseran Perilaku Konsumsi Berita di Indonesia	69
5.2.5 Pola Perubahan Berita dalam Adaptasi Media Cetak ke Media Sosial. 71	
5.3 Implikasi Teoritis: Mediamorfosis dan Konvergensi Media	72
5.3.1 Mediamorfosis: Evolusi, Bukan Substansi	73
5.3.2 Konvergensi Media dari Satu Konten untuk Multi-Platform	73
5.4 Analisis Hipotesis	74
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	76
6.1 Kesimpulan.....	76
6.2 Saran	77
6.2.1 Saran Praktis	77
6.2.2 Saran Akademis	77

DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	86
Lampiran 1 Coding Book	86
Lampiran 2 Hasil Coding Coder 1.....	88
Lampiran 2 Hasil Coding Coder 2.....	94
Lampiran 3 Hasil Coding Peneliti	100
Lampiran 5 Hasil Perbandingan Coding Variabel Panjang Judul	105
Lampiran 6 Hasil Perbandingan Coding Variabel Tone Judul	106
Lampiran 7 Hasil Perbandingan Coding Variabel Jenis Lead	107
Lampiran 8 Hasil Perbandingan Coding Variabel Panjang Lead	108
Lampiran 9 Hasil Perbandingan Coding Variabel Angle Pemberitaan	109
Lampiran 10 Hasil Perbandingan Coding Variabel What (Apa)	110
Lampiran 11 Hasil Perbandingan Coding Variabel Who (Siapa).....	111
Lampiran 12 Hasil Perbandingan Coding Variabel When (Kapan)	112
Lampiran 13 Hasil Perbandingan Coding Variabel Where (Dimana)	113
Lampiran 14 Hasil Perbandingan Coding Variabel Why (Kenapa)	114
Lampiran 15 Hasil Perbandingan Coding Variabel How (Bagaimana).....	115

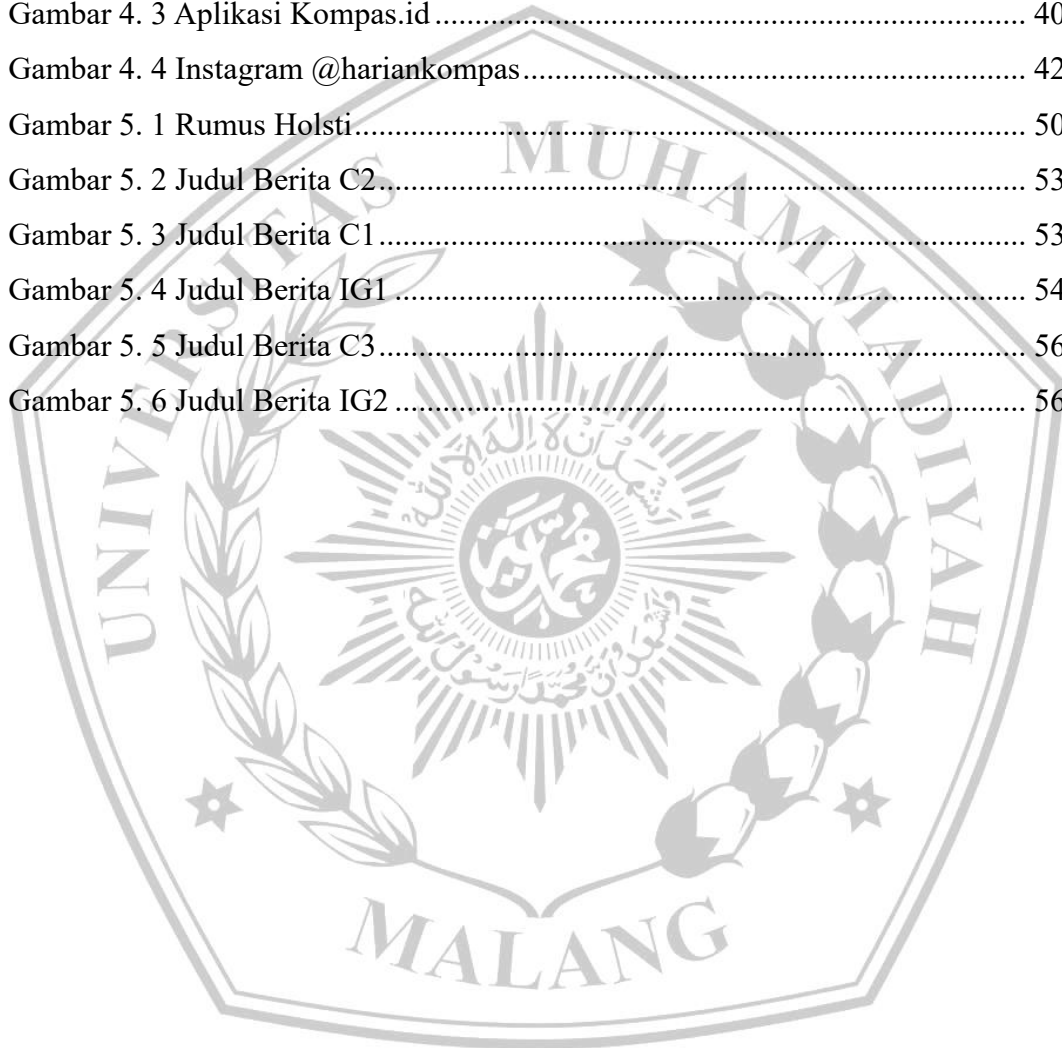
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Struktur Kategori.....	30
Tabel 4. 1 Kronologi Peristiwa.....	42
Tabel 4. 2 Distribusi Berita	44
Tabel 5. 1 Hasil Uji Reliabilitas	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 3. 1 Rumus Holsti.....	37
Gambar 4. 1 Koran Harian Kompas.....	39
Gambar 4. 2 Website Kompas.id.....	40
Gambar 4. 3 Aplikasi Kompas.id.....	40
Gambar 4. 4 Instagram @hariankompas.....	42
Gambar 5. 1 Rumus Holsti.....	50
Gambar 5. 2 Judul Berita C2.....	53
Gambar 5. 3 Judul Berita C1.....	53
Gambar 5. 4 Judul Berita IG1.....	54
Gambar 5. 5 Judul Berita C3.....	56
Gambar 5. 6 Judul Berita IG2.....	56



DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin, A. T. (2023). Keberagaman Konten Berita Pandemi Di Indonesia: Analisis Isi Berita Covid-19 Pada Majalah Tempo. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 90–108. <https://doi.org/10.14710/interaksi.12.1.90-108>
- Andini, A. T. . Y. (2023). Analisis Algoritma Pemrograman Dalam Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Konten. *Jurnal Arjuna : Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Matematika*, 2(1), 286–296. <https://doi.org/10.61132/arjuna.v2i1.526>
- Anter, L. (2025). *How social media affordances shape journalistic content production : A stimulus-based interview study on journalists ' perceptions*. 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1177/14648849251337009>
- APJII. (2024). *Laporan Survei Internet APJII 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Survei APJII. <https://survei.apjii.or.id/>
- Arafat, G. Y. (2019). Membongkar Isi Pesan Dan Media Dengan Content Analysis. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 32. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2370>
- Asmarantika, R. A., Prestianta, A. M., Evita, N., & Nusantara, U. M. (2022). Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 34–44.
- BPS. (2024). *Tingkat Kegemaran Membaca Masyarakat dan Unsur Penyusunnya Menurut Provinsi, 2024*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/TIROMldrTjVjVzEwVWtkbmRUSk5abkk0T0U5Q1FUMDkjMyMwMDAw/tingkat-kegemaran-membaca-masyarakat-dan-unsur-penyusunnya-menurut-provinsi.html?year=2024>
- Bungin, B. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Edisi Kedua, Cetakan Kesembilan,. In *Kencana. Kencana*. <https://books.google.co.id/books?id=rBVNDwAAQBAJ>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2014). *Research Design: Qualitative,*

- Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.). In *SAGE Publications*.
- Detik. (2022). *Mengenang Jakob Oetama dan Berdirinya Harian Kompas*/.
https://news.detik.com/kolom/d-6315698/mengenang-jakob-oetama-dan-berdirinya-harian-kompas?utm_source=chatgpt.com
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165–181.
<https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Dhiya, A., & Fadilah, E. (2018). *Transformasi Harian Kompas Menjadi Portal Berita Digital Subscription Kompas . Id. 01*, 190–213.
- Edelman. (2022). *2022 Edelman Trust Barometer: Trust in Financial Services Sector*. Edelman.
<https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2022-03/2022-Edelman-Trust-Barometer-Trust-in-Financial-Services.pdf>
- Eriyanto. (2011). *Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Cet. I, (Jakarta: Kencana, 2011)*. Kencana.
- Evanalia, S. (2022). Peran Jurnalisme Media Sosial dalam Mewujudkan Demokrasi Indonesia di Era Post Truth. *Jurnal Adhyasta Pemilu*, 5(1), 32–43.
<https://doi.org/10.55108/jap.v5i1.86>
- Fai, B. (2024). *Media Berguguran: Tantangan Komunikasi di Era Digital*. Kumparan. https://kumparan.com/faisal-rusmadi/media-berguguran-tantangan-komunikasi-di-era-digital-24B0QUhsYpa/2?utm_source=
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media: Understanding New Media*. Pine Forge Press.
- GWI. (2024). *Digital 2025: Global Overview Report*. Gwi.
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>
- Hasan, K., Utami, A., Eni, S., Izzah, N., & Cahya Ramadhan, S. (2023). *Komunikasi Di Era Digital: Analisis Media Konvensional Vs New Media*

Pada Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh Angkatan 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 56–63.
<https://doi.org/10.47431/jkp.v2i1.302>

Hastuti, H., Maulana, H. F., Lawelai, H., & Suherman, A. (2025). Algorithmic influence and media legitimacy: a systematic review of social media's impact on news production. *Frontiers in Communication*, 6.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1667471>

Hendarto, Y. M. (2020). *Humanisme Transendental: Warisan Pemikiran Jakob Oetama*. KOMPAS.Id. <https://www.kompas.id/artikel/humanisme-transendental-warisan-pemikiran-jakob-oetama>

Ishwara, L. (2011). *Jurnalisme Dasar*. In Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.

Iswenda, B. A. (2024). *Media Sosial Jadi Media Informasi Utama Masyarakat Indonesia*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/media-sosial-menjadi-media-informasi-utama-masyarakat-indonesia-Yevme>

Jannah, P. I. (2023). *Mediamorfosis Radar Kediri Dalam Platform Digital. Undergraduate (S1) Thesis, IAIN Kediri.*

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. In NYU Press. NYU Press.

Kovach, B., & Rosentiel, T. (2007). NRJ Books: The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. In *Three Rivers Press* (Vol. 22, Issue 4).
https://books.google.co.id/books/about/The_Elements_of_Journalism.html?hl=id&id=iMA1WhtiRBkC&redir_esc=y

Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*.
Content Analysis: An Introduction to Its Methodology.
<https://doi.org/10.4135/9781071878781>

Kriyanto, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif edisi kedua*. Prenada Media.

- Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi. Disertai Contoh Praktis Riset Media, Pr, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.*
- Lase, C. N. M., Sirait, M. A., Simbolon, N., & Mandowally, T. (2025). Transformasi Sosial di Era Digital dalam Perubahan Media Komunikasi Publik. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(3).
- Lestari, R. D. (2020). Jurnalisme Digital dan Etika Jurnalisme Media Sosial: Studi pada Akun Instagram @tempodotco dan @tribunjogja Digital Journalism and The Ethics of Social Media Journalism: Study in the Instagram Account @tempodotco and @tribunjogja. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 159–174. <http://dx.doi.org/10.33164/iptekkom.22.2.2020.159-174>
- Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2002). Content Analysis in Mass Communication: Assessment and Reporting of Intercoder Reliability. *Human Communication Research*, 28(4), 587–604. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00826.x>
- Luginbühl, M. (2025). *TV news on Instagram : Affordances , genres , journalistic cultures.* <https://doi.org/10.1177/17504813241270395>
- Maulana, H. F., & Lawelai, H. (2025). *Algorithmic influence and media legitimacy : a systematic review of social media ' s impact on news production.* October, 1–22. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1667471>
- McQuail. (2005). *McQuail's mass communication theory.* Sage.
- Morissan, M. A. (2017). *Metode Penelitian Survei.* Kencana.
- Muliawanti, L. (2018). Jurnalisme Era Digital: Digitalisasi Jurnalisme Dan Profesionalitas Jurnalisme Online. *LENTERA: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.21093/lentera.v2i1.1168>
- Nawawi, Z. M., & Nurhalimah, S. (2025). Pengaruh copywriting emosional terhadap engagement di platform sosial berbasis algoritma kurasi (seperti Reels & FYP Tiktok). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3.

- Negri, I., Kasim, S., Kredibilitas, A., Informasi, A., & Disrupsi, E. (2025). MENINGKATKAN KREDIBILITAS MEDIA DI INDONESIA DALAM ERA DISRUPSI INFORMASI: STRATEGI MENGHADAPI MISINFORMASI. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.52423/jikuho.v10i1.1488>
- Neuendorf, K. A. (2017). The Content Analysis Guidebook. In *The Content Analysis Guidebook*. <https://doi.org/10.4135/9781071873045>
- Neuman, W. L. (2013). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In *Teaching Sociology* (Vol. 30, Issue 3).
<https://doi.org/10.2307/3211488>
- Newman, N., & Fletcher, R. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Roberson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Digital News Report 2023*. https://global.cominit.com/content/reuters-institute-digital-news-report-2023?utm_source=chatgpt.com
- Nurkinan, N. (2017). Dampak Media Online Terhadap Perkembangan Media Konvensional. *Jurnal Politikom Indonesia*, 2(2), 28.
<https://doi.org/10.35706/jpi.v2i2.962>
- Pantic, M., & Cvetkovic, I. (2021). *Journalism Practice in a Digital Age : Utilization of Social Media in Online News Journalism Practice in a Digital Age : Utilization of Social Media in Online News*. January.
- Parker, E. B., & Holsti, O. R. (1970). Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. In *American Sociological Review* (Vol. 35, Issue 2).
<https://doi.org/10.2307/2093233>
- Perpusnas. (2024). *IPLM 2024 catat rekor tinggi, literasi nasional semakin meningkat*. <https://www.perpusnas.go.id/berita/iplm-2024-catat-rekor-tinggi-literasi-nasional-semakin-meningkat>
- Pitono, & Dharmawan, A. (2025). Analisis Framing Media Narasi.Tv Dan Viva.Co.Id Dalam Pemberitaan Demonstrasi Peringatan Darurat Menolak

Revisi Undang-Undang Pilkada 2024. *The Commercium*, 9(3).

Prasetyo, K., & Ajitrisna, H. E. (2024). Content Analysis of Online News Portal Coverage of Covid-19 Vaccination Issues in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(2).
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i2.762>

Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research (3rd ed.). In *Routledge*.
<https://doi.org/10.4324/9780203551691>

Ronzhyn, A., Cardenal, A. S., & Rubio, A. B. (2022). Defining affordances in social media research: a literature review. *New Media & Society*.
<https://doi.org/10.1177/14614448221135187>

Salaverria, R. (2019). Digital Journalism. In *The International Encyclopedia of Journalism Studies* (pp. 1–11).
<https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0189>

Shavani, S. (2026). *How the Instagram Algorithm Works: Your 2026 Guide*.
<https://buffer.com/resources/instagram-algorithms/>

Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2013). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective* (1st ed.). Routledge.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sumadiria, A. S. H. (2005). *Jurnalistik Indonesia menulis berita dan feature : panduan praktis jurnalis profesional*. PT Remaja Rosdakarya.

Suyanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pustaka Setia Budi.

Sydney, G. (2024). *Mobile vs Desktop Use and Trends in 2025*. Semrush.
<https://www.semrush.com/blog/mobile-vs-desktop-usage/>



Utami, R., & Lindawati, L. (2023). JEJAK DIGITAL DALAM JURNALISME: MEDIA SOSIAL DAN MEDIA DARING DI INDONESIA. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.69688/mekas.v1i1.14>

Waluyo, D. (2018). Makna Jurnalisme Dalam Era Digital : Suatu Peluang Dan Transformasi. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 33–42.
<https://doi.org/10.17933/diakom.v1i1.17>

Wimmer, R. D., & Dominic, J. R. (2011). Mass Media Research: An Introduction. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).



SERTIFIKAT PLAGIASI

	PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Tanda Terima Plagiasi									
<hr/>											
Nama	: <u>Zaimatu Haliza</u>										
NIM	: <u>202210040311054</u>										
Hasil Plagiasi :	<u>7/3</u>										
BAB I	<table border="1"><tr><td>17</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	17				BAB IV	<table border="1"><tr><td>6</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	6			
17											
6											
BAB II	<table border="1"><tr><td>4</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	4				BAB V	<table border="1"><tr><td>0</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	0			
4											
0											
BAB III	<table border="1"><tr><td>10</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	10				BAB VI	<table border="1"><tr><td>5</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	5			
10											
5											
		Malang, 7 Maret 2020 Admin Plagiasi Prodi, M. Dasuki									
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG											

