

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, H., & Susanto, M. I. (2022). Meretas Lanskap Idealisme Jurnalis dan Inovasi Bisnis Industri Media. *Idealisme Jurnalis & Inovasi Model Bisnis Industri Media*, 131–151. <https://doi.org/10.37535/20320220109>
- Aminuddin, A. T., & Hasfi, N. (2020). Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal Jateng Pos. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 3(2), 137. <https://doi.org/10.24198/jkj.v3i2.25070>
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Auliya, I., Azir, I., Utami, I. T., Aziz, M. T., & Nisa, P. K. (2024). Komodifikasi Konten Media Penyiaran : Relasi Politik pada Program Media MNCTV ( Lintas iNews ). 3(2), 154–164. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i2.2573>
- Burggraaff, C., & Trilling, D. (2020). Through a different gate: An automated content analysis of how online news and print news differ. *Journalism*, 21(1), 112–129. <https://doi.org/10.1177/1464884917716699>
- Derviana, A., & Fitriawan, R. A. (2019). KONVERGENSI PADA MEDIA MASSA ( Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika ). *Prosiding Comnews 2019*, 404–413.
- Ezra Pratama, D., Faqih, A., & Eka Permana, S. (2025). Analisis Pengaruh Koran Digital Terhadap Minat Membaca Surat Kabar Cetak Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(1), 1514–1521. <https://doi.org/10.36040/jati.v9i1.12394>
- Fakhira, N. V., Kastaman, R., & Pujianto, T. (2022). *Mimbar Agribisnis : PERAN INFLUENCER PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FRUTIVEZ ROLE OF INFLUENCER ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM AND BRAND IMAGE ON BUYING DECISIONS PENDAHULUAN Frutivez ialah brand yang dikenalkan perusa*. 8(2), 1220–1238.
- Fensi, F. (2022). Memahami Media sebagai Alat Komodifikasi Audiens. *Journal of Community Services: Sustainability and Empowerment*, 2(01), 1–9. <https://doi.org/10.35806/jcsse.v2i1.277>
- Flavián, C., & Gurrea, R. (2007). Perceived substitutability between digital and physical channels: The case of newspapers. *Online Information Review*, 31(6), 793–813. <https://doi.org/10.1108/14684520710841775>
- Hesmondhalgh, D. (2007). Introduction: Change and Continuity, Power and Creativity. *The Cultural Industries*, July, 1–25.
- Hidayat, S., & Maret, U. S. (2023). *Transformasi Industri Menuju Digitalisasi Dan Dampaknya Pada Ketenagakerjaan*. November, 0–10.
- Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Mada, U. G. (2022). *Praktik Ekonomi Politik Media Konvensional di Era Konvergensi (Studi Kasus Komodifikasi Pekerja Industri Media NET. TV)*.
- Karunianingsih, D. A. (2021). Konvergensi Media pada Podcast Radar Jogja Digital dalam Publikasi Berita dan Perluasan Segmentasi Audiens. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(1), 61. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3528>
- Khadziq, K. (2016). KONVERGENSI MEDIA SURAT KABAR LOKAL (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 5–20. <https://doi.org/10.14421/pjk.v9i1.1187>

- Khumairoh, U. (2021). Dampak Konglomerasi Media Terhadap Industri Media Massa dan Demokrasi Ekonomi Politik di Era Konvergensi Media. *Muqoddima Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi*, 2(1), 63–78. <https://doi.org/10.47776/mjprs.002.01.05>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Marketing Mangement (12th ed). In *USA: Pearson International Edition*.
- Maryani, E., Janitra, P. A., & Rahmawan, D. (2019). Bias Gender dalam Artikel di Media Lokal. In *MACOM III Universitas Padjajaran 2019: Communication & Information Beyond Boundaries*.
- Media, P., Digital, T. O., Media, P., & Ruang, K. E. (2025). *Jurnal Netnografi Komunikasi (JNK) POLITICS MEDIA TO DIGITAL SPACE*. 4(1), 99–115.
- Mosco, V. (1996). *The political economy of communication: Rethinking and renewal*. SAGE publications.
- Mosco, V. (2009). The Political Economy of Communication: Building a Foundation. In *The Political Economy of Communication*. <https://doi.org/10.4135/9781446279946.n5>
- Neto, B. M., Ishikawa, E., Groenli, T. M., & Ghinea, G. (2019). Newsroom 3.0: Managing technological and media convergence in contemporary newsrooms. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2019-Janua*(January), 2407–2416. <https://doi.org/10.24251/hicss.2019.290>
- Praymesa, A., Sarmiati, S., & Roem, E. R. (2022). *Model bisnis media sosial berbasis cyber citizen journalism pada infosumbar*. 7(2), 282–290.
- Rusadi, U. (2013). Kompetensi Jurnalis Sebagai Aktor Dalam Produksi Berita Media Multiplatform. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(2), 111. <https://doi.org/10.31445/jskm.2012.160202>
- Rusadi, U., Studi, P., Komunikasi, I., & Sahid, U. (2025). *Komodifikasi berita di media sosial tentang pemanfaatan akun Tiktok Kompas TV*. 11(1).
- Sibaweh, N. (2022). Tenaga Kerja dalam Kajian Ekonomi Politik Media (Tinjauan atas Pemikiran Vincent Mosco). *Propaganda*, 2(2), 135–146. <https://doi.org/10.37010/prop.v2i2.762>
- Smythe, D. W. (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3), 1–21.
- Subandi, Z. E., & Sadono, T. P. (2018). KOMODIFIKASI, SPASIALISASI, DAN STRUKTURASI DALAM MEDIA BARU DI INDONESIA (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon). *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1297>
- Supriyadi, S., & Zulaeha, I. (2017). Dimensi Ekonomi, Politik, dan Ideologi pada Artikel-Artikel di Media Massa Cetak Jawa Pos dalam Perspektif Analisis Wacana Kritis. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(1), 1–14.
- Uyun, D. (2019). Memahami Khalayak Publik / Audiens. *Ilmu Komunikasi*, 8(December), 8. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23979.18728>
- Wahyono, E. (2021). *Loper Koran di Ujung Senja*. Detik.Com. <https://news.detik.com/x/detail/intermeso/20210701/Loper-Koran-di-Ujung-Senja/>
- Wahyuningsih, T., & Zulhazmi, A. Z. (2020). Jurnalisme Era Baru (Konvergensi Media Radar Jogja Dalam Menghadapi Persaingan Media). *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1(1), 76–91. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i1.2412>
- Yohanes, Titan, P. (2025). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PERKEMBANGAN KOMUNIKASI DIGITAL DI MERCURY MEDIA GROUP*. 05. <https://aksiologi.org/index.php/relasi/article/view/1876/1272>



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Ekonomi Politik Media Multiplatform (Studi Kasus Surat Kabar Harian Jogja Mempertahankan Eksistensi Media)**

REZIKA ARDIA DINDA ARRINI, Dr. Ardian Indro Yuwono, S.I.P., M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>