



## **EKSISTENSI MEDIA CETAK KALTENG POS DI TENGAH GEMPURAN MEDIA *ONLINE***

**Nur Putri Widiya Nengsih**

Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Palangka Raya

e-mail : [nurputriwidiyanengsih@gmail.com](mailto:nurputriwidiyanengsih@gmail.com)

**Abstrak :** Banyak media online mengancam kepunahan media cetak seperti yang sudah diramalkan Philip Mayer professor emeritus dalam bidang jurnalistik mengatakan, hanya akan ada satu eksemplar koran pada tahun 2044. Melihat kondisi ini nampaknya niscaya bahwa era koran cetak akan segera berakhir dan digantikan dengan teknologi koran digital. Kalteng pos salah satu perusahaan cetak yang berdiri di provinsi Kalimantan tengah berdiri sejak 1 september 1993 dan sekarang umur kalteng pos sudah menginjak 29 tahun. walaupun di tengah menjamurnya media online saat ini kalteng pos tetap berusaha eksis dengan melakukan berbagai macam upaya seperti melakukan konvergensi media dengan konsep media seperti berupa sebuah online, e-paper, e-books, radio streaming, media sosial yang digabungkan dengan media online. Sekarang kalteng pos sudah memiliki 3 media online yang dibawah oleh kalteng pos.

**Kata Kunci:** Eksistensi media cetak; Kalteng pos; Media Online

*Abstract : Many online media threaten the extinction of print media, as predicted by Philip Mayer, professor emeritus in the field of journalism, that there will only be one copy of a newspaper in 2044. Seeing this condition, it seems certain that the era of printed newspapers will soon end and be replaced by digital newspaper technology. Kalteng Post, one of the printing companies established in the province of Central Kalimantan, was founded on September 1 1993 and now Kalteng Post is 29 years old. Even in the midst of the proliferation of online media, Central Kalimantan Post is still trying to exist by making various efforts such as media convergence with media concepts such as online, e-paper, e-books, radio streaming, social media combined with online media. Now Central Kalimantan Post already has 3 online media which are managed by Central Kalimantan Post.*

**Keywords:** Existence of print media; Central Kalimantan post; Online Media

### **PENDAHULUAN**

Berbicara tentang industri media cetak dalam decade terakhir banyak berfokus pada perubahan yang terjadi paska hadirnya teknologi internet. Berawal dari penurunan tiras media cetak, berginya pengiklan, media cetak besar yang gulung tikar, hingga industri ini bergelut untuk tetap hidup. Semua bahasan ini bermuara pada penetrasi teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet. Bahkan seorang professor emeritus dalam bidang jurnalistik, Philip Meyer, telah meramalkan bahwa hanya akan terdapat satu eksemplar koran pada tahun 2044. Melihat kondisi ini, nampaknya niscaya bahwa era koran cetak akan segera berakhir dan digantikan dengan teknologi koran digital.

Menurut Romli, Era globalisasi menempatkan peranan teknologi informasi dan komunikasi ke tempat yang sangat strategis, karena menghadirkan suatu dunia tanpa batas, jarak, ruang, dan waktu. Serta meningkatkan produktivitas dan efisiensi yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan ini membuat teknologi informasi dan komunikasi membawa tren baru di dunia industry komunikasi, yakni

hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dan teknologi komunikasi massa tradisional. Pada tataran praktis maupun teoretis, fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini, memunculkan beberapa konsekuensi penting. Di ranah praktis, konvergensi media bukan saja memperkaya informasi yang disajikan, melainkan juga memberikan pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera mereka

Beberapa waktu terakhir jumlah cetakan surat kabar yang disebar di negara-negara maju angkanya kian menurun. Aceng Abdullah menyebutkan, contohnya terjadi di Amerika Serikat dan beberapa negara maju lain yang pada tahun 2009 beberapa surat kabar yang telah berusia ratusan tahun cetakannya merosot secara drastis, bahkan hingga berhenti terbit. Contoh nyatanya terjadi pada *The Rocky Mountain News*, tabloid harian yang sudah berusia 153 tahun ini akhirnya memilih tutup pada 27 Februari 2009 dengan meninggalkan 117.600 pembacanya. *The Seattle Post Intelligence* (*Seattle PI*), media cetak asal Seattle, Washington ini memilih tutup setelah terbit terhitung sejak tahun 1853

Menurut Ritonga, Pada 2015, *Sinar Harapan*, *Harian bola* dan *Jakarta globe* tutup, dan terakhir tabloid *bola*. Mereka tidak mampu bertahan di industri media cetak karena gempuran media online Nielsen Indonesia menatakan, saat ini pembaca media digital sudah lebih banyak ketimbang media cetak. Jumlah pembelian koran terus merosot dalam empat tahun terakhir karena masyarakat beranggapan bahwa informasi seharusnya bisa didapatkan secara gratis.

Survei Nielsen consumer & Media view hingga triwulan ketiga 2017 menyatakan, kebiasaan membaca orang Indonesia telah mengalami pergeseran. Pada 2017, tingkat pembelian koran secara personal hanya sebesar 20%, menurun dibandingkan 2013 yang mencapai 28%. Anggapan bahwa media harus gratis mengerek tingkat penetrasi media digital hingga 11% dengan jumlah pembaca 6 juta orang pada tahun ini. Jauh lebih banyak dibanding pembaca media cetak sebanyak 4,5 juta orang. Padahal, jumlah pembaca media cetak pada 2013 bisa mencapai 9,5 juta orang. Sementara, jumlah pembaca media cetak sekaligus digital hanya 1,1 juta orang. Selain itu, media cetak hanya menjadi pilihan kelima masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan penetrasi sebesar 8%. Sementara, urutan pertama ditempati televisi dengan 96%, kemudian papan iklan di jalanan 52%, penggunaan internet sebesar 43%, dan radio sebanyak 37%.

Nasrullah mengatakan, kehadiran media baru dan gerakan citizen journalism (jurnalisme warga) secara langsung maupun tidak membawa dampak pada media lama yang selama ini dianggap sebagai penguasa atas produksi dan distribusi informasi. Internet sebagai media baru memberi kemudahan akses warga dalam membuat akun di milis, situs jejaring sosial, web-blog, hingga membuat situs sendiri. Setiap warga yang memiliki akses internet dengan fasilitas mesin pencarian, bisa langsung menemukan topik apa saja yang ingin dibaca dibandingkan membeli majalah atau koran yang menyuguhkan beragam rubrikasi yang belum tentu rubrikasi tersebut sesuai dengan minat pembaca.

*Newsweek* menamatkan riwayatnya pada 31 Desember 2012 setelah 80 tahun berkiprah. Sehari berikutnya menyatakan resmi beralih ke media online. Saat ini, terdapat puluhan bahkan mungkin ratusan media cetak di AS yang sedang menunggu giliran ditutup. Media cetak tidak lagi diminati. Koran sekelas *The Washington Post* saja, saat ini

dibagikan gratis di pusat-pusat keramaian di AS. The Wall Street Journal edisi cetak, saat ini juga dibagikan gratis di sejumlah tempat. Di Indonesia Harian Sinar Harapan menutup usahanya pada tanggal 1 Januari 2016 kemarin, menyusul Harian Bola, Soccer, Jurnal Nasional, Majalah Tajuk, Prospek, dan Fortune. Paul Gillin, konsultan teknologi informasi dari Massachusetts menyatakan bahwa model bisnis media cetak tidak mungkin lagi bertahan hidup. Perkembangan ekonomi sedang bergerak melawan bisnis cetak. Media cetak melibatkan banyak karyawan, sehingga biaya produksi lebih mahal dari media online. Apalagi, zaman sekarang, generasi muda lebih suka bermain internet daripada membeli majalah atau koran

Internet membuka ruang publik bagi partisipasi warga, baik profesional maupun amatir dalam penyebaran informasi. Informasi tidak lagi eksklusif untuk jurnalis dan media. Pekerjaan jurnalistik kini juga dilakukan oleh publik. Ini adalah era yang disebut Alvin Toffler, futurolog 1980-an sebagai era konsumsi (produksi dan konsumsi). Umumnya masyarakat dapat menjadi produsen dan konsumen informasi. Stephen JA Ward, profesor dari etika jurnalistik di University of Wisconsin Madison, dalam artikelnya Digital Media Ethics, mencatat bahwa kehadiran internet membuat jurnalis profesional saat ini berbagi ruang dengan Twitter, blogger, jurnalis warga, dan pengguna media sosial. Catatan sejarah, media baru adalah selalu hadir seiring dengan perkembangan teknologi. Internet membuat manusia seperti hidup di desa global (global village). Internet sebagai media juga telah mempengaruhi cara kita hidup, termasuk cara kita memproduksi dan mengonsumsi berita

Di Indonesia masyarakat mengonsumsi beragam bentuk media massa antara lain televisi, koran, majalah, radio, dan internet. Studi Nielsen tahun 2018 menunjukkan bahwa konsumen menghabiskan waktu untuk menonton TV sebanyak rata-rata 4 jam 53 menit per hari, sedangkan mengakses internet rata-rata 3 jam 14 menit per hari, diikuti dengan mendengarkan radio sebanyak 2 jam 11 menit, membaca koran 31 menit dan membaca majalah sebanyak 24 menit (Nielsen Press Releases, 2019). Media massa menampilkan berbagai jenis tayangan mulai berita hingga hiburan. Hal tersebut sesuai dengan fungsi komunikasi massa seperti yang dipaparkan oleh John Vivian dengan bukunya *The Media of Mass Communication* 1991 dalam yaitu providing information, providing entertainment, helping to persuade, dan contributing to social cohesion. Dari berbagai fungsi tersebut, penyediaan informasi merupakan yang utama. “Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Fungsi informasi tersebut tidak hanya dilakukan oleh pemberitaan, tetapi juga iklan. Iklan, dalam beberapa hal juga memiliki fungsi memberikan informasi di samping fungsi-fungsi lain.

Ketertarikan masyarakat dengan media massa dalam bentuk cetak masih diminati masyarakat Kalimantan Tengah, dibuktikan dengan hasil survei Nielsen 2016 Kalteng Pos perusahaan koran terbesar yang ada di Kalimantan Tengah meraih no 1 dibaca 184.701 orang per harinya. Setiap harinya Kalteng Pos mendistribusikan koran ke 1 kota dan 13 wilayah yang ada di Kalimantan Tengah. Dari beberapa fenomena sosial terkait dengan persepsi perlu kiranya mengkaji bagaimana eksistensi media cetak dalam hal ini Kalteng Pos sebagai salah satu surat kabar harian terbesar di Kalteng masih diminati masyarakat

walaupun dalam bentuk cetak. Dari hal inilah ingin melihat bagaimana strategi atau upaya-upaya yang dilakukan agar media cetak bisa tetap eksis.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Nazir, dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada gejala-gejala yang bersifat alamiah karena orientasinya demikian, maka sifatnya naturalistik dan mendasar atau bersifat kealamiahannya serta tidak bisa dilakukan di laboratorium melainkan harus terjun di lapangan. Oleh sebab itu penelitian semacam ini disebut dengan *field study*. Menurut Nasution, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam penelitian ini diusahakan mengumpulkan data deskriptif sebanyak mungkin yang akan dituangkan dalam bentuk laporan dan uraian. Adapun informan dalam penelitian ini adalah WD, HS, DD. Dengan kriteria informan merupakan karyawan atau salah satu pimpinan redaksi Kalteng Pos, dengan lama bekerja 4-5 tahun ke atas. Ahli di bidang redaksi, pemasaran, dan bisnis. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, dimana dilakukan kurang lebih lima sampai enam kali pengamatan. Selanjutnya wawancara dimana pertanyaan-pertanyaan penelitian bersifat bebas tetapi tetap menaruh pada masalah yang diteliti. Terakhir dokumentasi dalam bentuk dokumen, artikel, medsos seperti IG, facebook dan youtube.

Suharsimi Arikunto juga menjelaskan bahwa jenis penelitian deskriptif yaitu jika peneliti ingin mengetahui status sesuatu dan sebagainya, maka penelitiannya bersifat deskriptif yaitu menjelaskan peristiwa dan sesuatu. Informan dalam penelitian ini adalah bapak HM Wahyudi F Dirun, SP.MM selaku direktur Kalteng Pos dan Husrin A. Latlef, S.Pd selaku pimpinan redaksi yang nantinya akan dilakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Yang mana data akan diolah dengan cara mengidentifikasi masalah dan evaluasi terhadap masalah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Beberapa hal yang sangat dipehatikan pihak manajemen kalteng pos agar bisa survive di tengah maraknya media online yang menawarkan berbagai hal yang menarik untuk pelanggan. Adapun beberapa usaha yang dilakukan Kalteng Pos dalam menghadapi menjamurnya media online yang hampir mengancam dunia percetakan. Hal ini membuat Kalteng Pos melakukan berbagai upaya seperti menjaga kualitas koran, seperti salah satunya mengikuti lomba-lomba yang terkait dengan jurnalistik (headline, desain grafis, layout), membuat penampilan wajah koran yang menarik dan membuat berita picture yang menarik dari internal maupun eksternal; kalteng post.

Media cetak kalteng pos memiliki daya tarik tersendiri yang mana berita disajikan berupa fakta dan informasi harus berimbang sesuai dengan kaidah jurnalistik. media cetak kalteng pos tidak menyampaikan informasi yang setengah-setengah, hoax dan lain-lainnya. Hal inilah membuat para pelanggan kalteng pos percaya tentang keakuratan berita yang disajikan di koran harian kalteng pos setiap harinya.

Kalteng Pos berhasil melakukan konvergensi media dengan konsep konvergensi media seperti berupa sebuah online, e-paper, e-books, radio streaming, media sosial yang digabungkan dengan media online. Salah satunya media online prokalteng.co yang berdiri pada tahun 2017 di susul dua media online lainnya yaitu kaltengonline.com yang berdiri pada tahun 2020 dan kaltengpos.jawapos.com yang berdiri pada tahun 2022. Dengan keberhasilan ini membuat pelanggan kalteng pos bisa membaca koran dimana aja dan mengaksesnya bisa kapan saja. Maka dari itu pelanggan setia kalteng pos setiap harinya akan mendapatkan koran cetak dan koran berbentuk e-paper yang ada di dalam handphone genggam mereka masing-masing. Seperti inilah kalteng pos membuat para pelanggan setia kalteng pos untuk tetap berlangganan pada kalteng pos.

Sejak berdirinya pada tahun 1993, kalteng pos merupakan media cetak terbesar yang ada di provinsi Kalimantan tengah sekarang umur kalteng pos sudah menginjak 29 tahun. di umur kalteng pos saat ini sudah banyak peristiwa-peristiwa yang sudah di alami kalteng pos. salah satunya saat 17 tahun kalteng pos eksis ada dua kejadian besar yang pertama, konflik etnik yang maha dahsyat dan kedua, kebakaran yang meluluhlantakkan gedung biru kalteng pos dan saat masalah yang banyak dirasakan oleh media percetakan ialah gempuran media online. Era digital memang berdampak terhadap semua model bisnis, termasuk bisnis media seperti media cetak. Media adalah salah satu industri yang paling berdampak atas tren digital yang berujung pada disruption. Saat ini tak sedikit media cetak yang rontok di tengah jalan. Sejumlah masyarakat di Indonesia saat ini masih ada yang tetap bertahan dengan media cetak. Sementara masyarakat lainnya kini sudah mulai beralih ke arah digital. Pesatnya perkembangan teknologi khususnya internet, telah mengubah cara orang menggunakan media bahkan di seluruh dunia. Perubahan bentuk penyampaian pesan dari cetak menjadi online tentu saja akan berdampak pada masa depan media itu sendiri. Adanya media online ini membuat penurunan oplah kalteng pos yang pada tahun 2017 45.029 menjadi turun pada tahun 2021 42,168 penurunan ini terjadi bukan hanya karena media online saja namun juga karena masa pandemi covid-19 yang berdampak turunnya pendapat dari iklan. Dengan jumlah plafon anggaran yang terbatas untuk beriklan bagi perusahaan, prioritas akan bergeser dari media konvensional ke media baru yang dianggap paling banyak diakses masyarakat seperti media online. Kondisi ini tentu saja memaksa industri media cetak mengurangi jumlah halamannya secara bertahap, memotong gaji karyawan dan merumahkan sebagian karyawannya karena minimnya pendapatan dari iklan agar tetap bisa bertahan dalam kondisi krisis seperti sekarang ini.

Menguatnya penetrasi digital di kalangan masyarakat, tentu saja memaksa industri media cetak harus pintar mengatur siasat untuk tetap eksis dan berkembang. Industri media cetak harus inovatif dan mencari gagasan kreatif agar tetap hidup di tengah masyarakat. Sebagai sebuah perusahaan, industri pers tentu akan menekankan kegiatannya pada aspek profit. Setiap orang yang terlibat di dalamnya harus mendapatkan keuntungan secara finansial. Wartawan bekerja mendapatkan upah, redaktur dan jajaran pimpinan lainnya juga mendapatkan bayaran sesuai dengan beban dan tanggung jawabnya. Demikian juga penyalur, distributor, dan agen- agennya mengambil keuntungan dari usahanya dalam dunia pers. Itulah sebabnya kini banyak surat kabar yang meningkatkan oplah, menambah halaman, serta memperluas wilayah penyebarannya (Muhtadi, 2016: 41). Meskipun

kegiatannya ditekankan pada aspek profit, bukan berarti industri media cetak harus kehilangan idealismenya. Kepentingan bisnis dan idealisme merupakan kenyataan yang wajar dalam industri media. Oleh karena itu, agar tetap eksis di tengah era disruption seperti sekarang tentu bukan merupakan perkara mudah. Dibutuhkan strategi yang tepat dalam mengelola sekaligus mempertahankan bisnis di media cetak. Media cetak merupakan media yang sangat berpengaruh besar dalam sejarah kemerdekaan Indonesia dan setelah Indonesia merdeka, media cetak adalah sarana yang paling efektif pada saat itu bagi masyarakat untuk mengemukakan pendapat. Pesatnya perkembangan internet saat ini telah mendorong masyarakat untuk mengakses media online secara mudah melalui telepon selular (ponsel) atau gadget. Ini merupakan ancaman serius bagi media cetak, karena pembaca setia media cetak kemungkinan akan banyak yang beralih ke media online karena dinilai lebih mudah dan praktis.

Media cetak memiliki karakter yang khas yaitu berita yang jelas, lengkap dan terperinci. Sementara media online penyebarannya memang lebih cepat, up date dan kontinu. Namun, untuk bisa mengakses media online harus menggunakan alat yang terkoneksi dengan teknologi internet. Kendati demikian, sebagian besar media cetak saat ini sudah membuat media online untuk mendampingi media cetak yang diterbitkan. Hal ini sejalan dengan pemikiran Marshall McLuhan pertama kali pada 1962 dalam *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* yang menyebutkan soal determinisme teknologi. Determinisme teknologi mengungkapkan bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi (Cara berkomunikasi dipengaruhi oleh keberadaan teknologinya). Teknologi membentuk individu, bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad ke abad teknologi lain. Determinisme teknologi ini secara singkat dapat dikatakan bahwa perubahan yang terjadi pada teknologi memberi pengaruh besar pada perkembangan manusia. Lebih mendalam lagi, bisa dikatakan bahwa perkembangan teknologi itu berpengaruh besar pada perkembangan nilai-nilai dalam kehidupan masyarakat (Nurudin, 2018: 10).

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis di perusahaan cetak terbesar yang ada di provinsi Kalimantan tengah kalteng pos dengan judul “eksistensi media cetak kalteng pos di tengah manjaur media online” setelah mendapatkan informasi dan data dari kedua informan yaitu Husrin A Latif (pemimpin redaksi) dan Vinsensius GL (wakil Pemimpin redaksi) maka penulis menyimpulkan strategi kalteng pos dalam mempertahankan media cetak yaitu dengan melakukan berbagai upaya seperti menjaga kualitas koran, seperti salah satunya mengikuti lomba-lomba yang terkait dengan jurnalistik (headline, desain grafis, layout), membuat penampilan wajah koran yang menarik dan membuat berita picture yang menarik dari internal maupun eksternal; kalteng pos.

Media cetak kalteng pos memiliki daya tarik tersendiri yang mana berita di sajikan berupa fakta dan informasi harus berimbang sesuai dengan kaidah jurnalistik. media cetak kalteng pos tidak menyampaikan informasi yang setengah-setengah, hoax dan lain-lainnya.



Hal inilah membuat para pelanggan kalteng pos percaya tentan ke akuratan berita yang di sajikan di koran harian kalteng pos setiap harinya. Di era digital ini, industri media cetak harus segera melakukan perubahan agar tetap bisa bertahan di tengah kerasnya gempuran media online. Memang saat ini sejumlah industri media cetak beramai-ramai mengembangkan platform digital sejak era internet masuk ke Indonesia. Di era digital ini, agar tetap bisa bertahan, berbagai strategi harus dilakukan media cetak atau konvensional. Salah satunya adalah mempertahankan kredibilitas dan kepercayaan atas informasi yang disajikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Khaer, Nadiatul Khoir, and Yulis Arini Hidayati, "Senjakala Media Cetak: Tantangan Jurnalisme Cetak di Era Digital," *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora* 2, no. 3 (December 31, 2021): 324–31,
- Aji Leksmarna, Mayasari Mayasari, and Ana Fitriana Poerana, "GELIAT KONVERGENSI MEDIA CETAK LOKAL," *Commed : Jurnal Komunikasi dan Media* 5, no. 1 (December 16, 2020): 15–33,
- Citra Eka Putri and Radja Erland Hamzah, "Konvergensi Konten Majalah Populer dalam Industri Digital Media Cetak," *Warta ISKI* 1, no. 02 (December 8, 2018),
- I Made Suyasa and I Nyoman Sedana, "Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online," *Jurnal Komunikasi dan Budaya* 1, no. 1 (June 25, 2020): 56–64,
- Kamariah, K., & Ngalimun, N. (2021). Struktur Dan Fungsi Lagu Banjar Karya H. Anang Ardiansyah. *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(1).
- Latifah, L., Ngalimun, N., Setiawan, M. A., & Harun, M. H. (2020). Kecakapan Behavioral Dalam Proses Pembelajaran PAI Melalui Komunikasi Interpersonal: Behavioral Proficiency In The PAI Learning Process Through Interpersonal Communication. *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 5(2), 36-42.
- Latifah, L., Zwagery, R. V., Safithry, E. A., & Ngalimun, N. (2023). Konsep Dasar Pengembangan Kreativitas Anak Dan Remaja Serta Pengukurannya Dalam Psikologi Perkembangan. *EduCurio: Education Curiosity*, 1(2), 426-439.
- Liadi, F., & Faridah, S. (2023). Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Universitas Muhammadiyah Banjarmasin Berwawasan Global Dan Berdaya Saing Sebagai Trademark. *JIS: Journal Islamic Studies*, 1(2), 180-189.
- Ngalimun, H., (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Banjarmasin: Pustaka Banua.
- Ngalimun, N., Rahman, N. F., & Latifah, L. (2020). Dakwah KH. Zainuri HB dan Peran Kepemimpinannya di Pesantren. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 3(1), 13-24.

- Ngalimun, N. (2020). Pola Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Asal Thailand Di Iain Palangka Raya (Thailand Original Culture Communication Patterns In IAIN Palangka Raya). *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(2).
- Purwanti, S., Arisa, A., & Diaty, R. (2023). Penyuluhan Hidup Sehat Mencegah Terjadinya Kembali Virus Covid 19 Pada Pembelajaran Tatap Muka Menurut Pandangan Islam Di SMA Islam Terpadu Martapura. *JPEMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 98-102.
- Satria Kusuma, "Posisi Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media Online Di Indonesia," n.d., 16.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Bina Aksara, 1992), h. 25
- Suprpti, S., Ilmiyah, N., Latifah, L., & Handayani, N. F. (2022). Islamic Aqidah Learning Management to Explore the Potential of Madrasah Students. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 4664-4673.
- Vincentia Ananda Arum Permatasari, "Integrasi Newsroom Media Cetak Jawa Tengah (Studi Pada Harian Suara Merdeka Dan Jawa Pos Radar Semarang Menuju Konvergensi Jurnalistik)," *Jurnal Komunikasi dan Media* 1, no. 1 (November 24, 2020): 55,.