



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2021, February 8). *Generasi Z dan Y Dominasi Media Daring*. Kompas.id. Retrieved December 27, 2021, from https://www.kompas.id/baca/riset/2021/02/08/generasi-z-dan-y-dominasi-media-daring/?utm_source=external_kompascom&utm_medium=berita_terkini&utm_campaign=kompascom
- Antara. (2021, January 23). *Sensus Penduduk 2020, BPS: Generasi Z dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk RI*. Bisnis Tempo.co. Retrieved Juni 29, 2021, from https://bisnis.tempo.co/read/1425919/sensus-penduduk-2020-bps-generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-ri?page_num=1
- Antonopoulos, N., Lamprou, E., Kiourexidou, M., Konidaris, A., & Polykalas, S. (2020). Media Websites Services and Users Subscription Models for Online Journalism. *Media Watch*, 11(2), 310-321. 10.15655/mw/2020/v11i2/195650
- Ariyanti, A. K. (2012, Juli). Hubungan Antara Tingkat Kebutuhan Konsumsi Informasi dan Kualitas Isi Media dengan Loyalitas Pembaca (Studi pada Harian Meteor Terkait Perubahan dari Koran Kuning ke Koran Umum). *Jurnal Interaksi*, 1(1), 65-76. <https://doi.org/10.14710/interaksi.1.1.65-76>
- Arrese, A. (2016). From Gratis to Paywalls. *Journalism Studies*, 17(8), 1051-1067. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1027788>
- Azis, L. (2019, November 22). *Waktu yang Dhabiskan oleh Pengguna LINE Today Indonesia Per Hari Rata-rata Sekitar 30 Menit*. Dailysocial. Retrieved Desember 9, 2021, from <https://dailysocial.id/post/waktu-yang-dihabiskan-oleh-pengguna-line-today-indonesia-per-hari-rata-rata-sekitar-30-menit>
- Babbie, E. R. (2016). *The Practice of Social Research*. Cengage Learning.
- Bayu, D. J. (2020, December 17). *Media Daring Jadi Sumber Berita Utama Generasi Muda | Databoks*. Databoks. Retrieved December 27, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/17/media-daring-jadi-sumber-berita-utama-generasi-muda>
- Belanja Iklan 2019 Ditutup dengan Tren Positif*. (2020, November 3). Nielsen. Retrieved Juni 24, 2021, from <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/belanja-iklan-2019-ditutup-dengan-tren-positif/>
- Berlangganan Tempo Digital*. (2018.). Form | Langganan. Retrieved Desember 8, 2021, from <https://langganan.tempo.co/>

- Chen, W., & Thorson, E. (2019, Mei 13). Perceived Individual and Societal Values of News and Paying for Subscriptions. *Journalism*, 0(0), 1-21. <https://doi.org/10.1177/1464884919847792>
- Cho, C.-H. (2004). Why Do People Avoid Advertising On The Internet? *Journal of Advertising*, 33(4), 89-97. <https://www.jstor.org/stable/4189279>.
- Chyi, H. I. (2005). Willingness to Pay for Online News: An Empirical Study on the Viability of the Subscription Model. *Journal of Media Economics*, 18(2), 131-142. https://doi.org/10.1207/s15327736me1802_4
- Devega, E. (2017, Oktober 10). *Kementerian Komunikasi dan Informatika*. Kementerian Komunikasi dan Informatika. Retrieved Juni 24, 2021, from https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media
- Digital Sales Products*. (2019.). Tempo - Digital Sales Products. Retrieved Desember 8, 2021, from <https://www.tempo.id/corporate.php>
- Facebook akhirnya bersedia membayar konten berita di Australia*. (2021, Maret 16). BBC. Retrieved June 24, 2021, from <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-56410952>
- Facebook Australia: Tech giant faces growing criticism over news ban*. (2021, Februari 18). BBC. Retrieved Juni 24, 2021, from <https://www.bbc.com/news/world-australia-56116738>
- Fauzan, R. (2020, Desember 16). *Internet Jadi Primadona Belanja Iklan, Tapi..* Ekonomi Bisnis.com. Retrieved Juni 24, 2021, from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201216/12/1331877/internet-jadi-primadona-belanja-iklan-tapi>
- Fletcher, R. (2019). *Digital News Report*. Reuters Institute for Study of Journalism.
- Goyanes, M. (2014). An Empirical Study of Factors that Influence the Willingness to Pay for Online News. *Journalism Practice*, 8(6), 742-757. 10.1080/17512786.2014.882056
- Goyanes, M. (2015). The Value of Proximity: Examining the Willingness to Pay for Online Local News. *International Journal of Communication*, 9(1), 1505-1522. https://www.researchgate.net/publication/280524076_The_Value_of_Proximity_Examining_the_Willingness_to_Pay_for_Online_Local_News
- Hadi, I. P. (2007, Juli). Khalayak Maya Dalam Media Online. *Jurnal Ilmiah Scriptura*, 1(2), 1-16. <https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/16679/16671>

- Hadiyat, Y. D. (2019, April). Clickbait di Media Online Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 4(1), 1-10. <http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2019.2040101>
- Haq, A. D., & Fadilah, E. (2018). Transformasi Harian Kompas Menjadi Portal Berita Digital Subscription Kompas.id. *Kajian Jurnalisme*, 1(2), 109-213. <https://doi.org/10.24198/jkj.v1i2>
- Haryanto, G. C. (2019). PERBEDAAN PENGGUNAAN INTERNET, MEDIA SOSIAL, DAN PERSEPSI PADA DUNIA KERJA MENURUT TAHUN KELAHIRAN GENERASI Z (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *UAJY*, 10-23.
- Hasan, V. A. (2017, Juni). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Willingness to Subscribe: Telaah pada Layanan Video on Demand Netflix. *Ultima Management*, 9(1), 22-38. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v9i1.595>
- Intana, R. N. (2020, Desember 28). *Mengungkap Platform yang Paling Banyak Digunakan Milenial untuk Cari Berita*. Solopos.com. Retrieved December 9, 2021, from <https://www.solopos.com/mengungkap-platform-yang-paling-banyak-digunakan-milenial-untuk-cari-berita-1099479>
- Ismail, R. (2019, Februari 13). *Apakah Anda mau Bayar untuk Baca Berita Online?* kumparan.com. Retrieved Februari 10, 2021, from <https://kumparan.com/rachmadin-ismail1549260417887264846/apakah-anda-mau-bayar-untuk-baca-berita-online-1qV8zMbKgV2>
- Juditha, C. (2013). Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online. *Jurnal Pekommas*, 16(3), 145-148. <https://media.neliti.com/media/publications/222363-akurasi-berita-dalam-jurnalisme-online-k.pdf>
- Kemp, S. (2021, Februari 11). *Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal — Global Digital Insights*. DataReportal. Retrieved Desember 9, 2021, from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Khatimah, H. (2018). Posisi dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat. *Jurnal Tasamuh*, 16(1), 119-136. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>
- Krisdamarjati, Y. A. (2021, Agustus 31). *Menemukan Alasan Audiens Membayar Berita Daring*. Kompas.id. Retrieved Desember 15, 2021, from <https://www.kompas.id/baca/riset/2021/08/31/menemukan-alasan-audiens-membayar-berita-daring>
- Lacy, S., & Rosenstiel, T. (2015, March). *Defining and Measuring Quality Journalism*. [issuelab.org](http://www.issuelab.org). Retrieved Desember 27, 2021, from <https://www.issuelab.org/resources/31212/31212.pdf>
- Laksono, A. D. (2015). *Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*. PT Kanisius.

- Mariska, K. (2018). Penggunaan Media Bentuk Longform Journalism di Visual Interaktif Kompas (VIK). *Ultimacomm*, 10(2), 126-153. <https://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/1025/770>
- Merkarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145-151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Mudjiyanto, B. (2018, Juni). Tipe Penelitian Eksploratif Komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 22(1), 65-74. <http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2018.220105>
- Mulyana, I., Putra, A. P., & S., M. I. (2019). *Buku Ajar Desain Grafis dan Multimedia*. Flash.
- Mulyani, R, H. S. (2014). Kecenderungan Isi Rubrik Surat Pembaca di Harian Umum Pikiran Rakyat. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 20-34. 10.22441/jvk.v13i1.359
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021 10th Edition*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Oliver, A. (2020, November 30). *Subscription Business Model: Fokus Strategi dan Cara Kerja*. Glints. Retrieved Marer 3, 2021, from <https://glints.com/id/lowongan/subscription-business-model/#.YD8X2mgzbIU>
- Panca, A. (2020, Desember 10). *Update Kisaran Biaya Pasang Iklan di TV Nasional – Daftar Harga & Tarif*. harga.web.id. Retrieved Juni 19, 2021, from <https://harga.web.id/berapakah-harga-pasang-ikan-di-televisi-ini-dia-jawabannya.info>
- Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. (2018). Deepublish.
- Pertiwi, W. K. (2020, November 20). *Jumlah Hoaks di Indonesia Meningkat, Terbanyak Menyebar lewat Facebook Halaman all - Kompas.com*. Tekno Kompas. Retrieved Juli 20, 2021, from <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/20/07385057/jumlah-hoaks-di-indonesia-meningkat-terbanyak-menyebar-lewat-facebook?page=all>
- Pratiwi, E. (2020). Performa Jurnalistik Online dan Kecenderungan Politainment dalam Berita Pilpres 2019. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 2(1), 25-44. <https://doi.org/10.15408/jsj.v1i2.14601>
- Prinsip Jurnalistik: Independen, Netral, Akurat, Jujur, Benar!* » Romeltea Online. (2019, April 12). Romeltea. Retrieved December 27, 2021, from <https://romeltea.com/prinsip-jurnalistik/>

- Pusparisa, Y. (2020, November 23). *Masyarakat Paling Banyak Mengakses Informasi dari Media Sosial | Databoks*. Databoks. Retrieved Juli 20, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/masyarakat-paling-banyak-mengakses-informasi-dari-media-sosial>
- Rahardjo, M. (2017). *STUDI KASUS DALAM PENELITIAN KUALITATIF: KONSEP DAN PROSEDURNYA*. Repository UIN Malang. Retrieved Maret 11, 2021, from <http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>
- Rezkia, S. M. (2020, September 11). *Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif*. DQLab. Retrieved Maret 11, 2021, from <https://www.dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data>
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Adhadharah*, 17(33), 81-95. <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/viewFile/2374/1691>
- Simamora, N. S. (2021, Februari 9). *56 Persen Belanja Iklan Dunia dikuasai 3 Perusahaan Asing, Bagaimana Nasib Media di Indonesia? - Teknologi Bisnis.com*. Teknologi. Retrieved Juni 24, 2021, from <https://teknologi.bisnis.com/read/20210209/84/1354076/56-persen-belanja-iklan-dunia-dikuasai-3-perusahaan-asing-bagaimana-nasib-media-di-indonesia>
- Sugiyono, S. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/8411>
- Suparni, E. (2020, Maret). Strategi Pemasaran Majalah Tempo Pada PT. Tempo Inti Media Tbk. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 2(1), 62-69. <https://e-journal.jurwidyakop3.com/index.php/ekonomika/article/view/368/351>
- Tentang Kami*. (2017.). Tempo.co. Retrieved Desember 8, 2021, from <https://www.tempo.co/about>
- Tingkat Literasi Indonesia di Dunia Rendah, Ranking 62 Dari 70 Negara*. (2021, March 23). Perpustakaan Amir Machmud. Retrieved Desember 13, 2021, from <https://perpustakaan.kemendagri.go.id/?p=4661>
- Walidin, W., Idris, S., & ZA, T. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Wendratama, E. (2017). *Jurnalisme Online*. Penerbit B first.