

## MASA DEPAN MEDIA MASSA DI ERA DIGITAL: PELUANG, RISIKO, DAN STRATEGI

Mia Nurmiarani<sup>1</sup>, Dwi Firmansyah<sup>2</sup>, Farida Hariyati<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Komputer Indonesia Bandung, <sup>2</sup>Universitas Mercu Buana Jakarta,

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta

\*korenspondensi : e-mail : [mianurmiarani@email.unikom.ac.id](mailto:mianurmiarani@email.unikom.ac.id)

Kronologi Naskah: dikirim 12 Oktober 2024; direvisi 20 November 2024; diputuskan 22 Desember 2025

### **Abstract**

*The digital era has revolutionized the mass media system, shifting the dominance from conventional platforms to digital media driven by advanced algorithms and information technology. This transformation has significantly impacted the processes of information production, distribution, and consumption, which now occur rapidly, interactively, and in a personalized manner. This study aims to analyze the structural transformation of mass media in the digital age, identify the main challenges faced by the media industry, and explore adaptive strategies implemented by media institutions to survive amid digital disruption. A qualitative-descriptive approach was employed, using document analysis and in-depth interviews with media practitioners from three leading online news portals in Indonesia. The findings reveal that media digitalization enables the expansion of audience reach globally, accelerates the distribution of information, and enhances user engagement through two-way interactions. However, substantial challenges also arise, including disinformation, audience fragmentation, declining journalistic quality, and algorithmic bias. In response, media organizations have adopted strategies such as strengthening digital infrastructure, utilizing data-driven audience analytics, and developing hybrid journalism that balances speed with content depth. This study contributes to a better understanding of media evolution and the importance of adaptive communication strategies in maintaining public trust in the digital era.*

**Keywords :** algorithm, audience, digital media, journalism, transformation

### **Abstrak**

Era digital telah merevolusi sistem media massa, menggeser dominasi platform konvensional menuju media digital yang digerakkan oleh kecanggihan algoritma dan teknologi informasi. Transformasi ini membawa dampak signifikan terhadap proses produksi, distribusi, hingga konsumsi informasi yang kini berlangsung secara cepat, interaktif, dan terpersonalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan struktural media massa di era digital, mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi oleh industri media, serta mengeksplorasi strategi adaptif yang diterapkan oleh lembaga-lembaga media untuk bertahan di tengah disrupsi digital. Pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif-deskriptif, dengan metode pengumpulan data melalui analisis dokumen dan wawancara mendalam terhadap praktisi media dari tiga portal berita daring terkemuka di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi media memungkinkan perluasan jangkauan audiens secara global, peningkatan kecepatan distribusi informasi, serta keterlibatan pengguna dalam bentuk interaksi dua arah. Namun demikian, tantangan besar muncul dalam bentuk disinformasi, fragmentasi audiens, penurunan kualitas jurnalisme, dan dominasi algoritma yang berpotensi bias. Sebagai bentuk respons, media mengadopsi strategi seperti penguatan infrastruktur digital, penerapan analitik audiens berbasis data, serta pengembangan jurnalisme hibrida yang menggabungkan kecepatan dan kedalaman informasi. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam memahami evolusi media serta strategi komunikasi adaptif di era digital.

**Kata kunci:** algoritma, audiens, jurnalisme, media digital, transformasi

## PENDAHULUAN

Era digital membawa perubahan kepada berbagai aspek kehidupan, tanpa kecuali kepada perjalanan media massa (Rantona et al. 2024). Terlebih sektor media massa mengalami perubahan yang signifikan yang ditandai dengan adanya perubahan platform serta sistem sosial dimasyarakatnya. Perubahan yang semacam ini oleh para pakar media dikatakan sebagai sebuah transformasi yang adaptif kepada kemajuan teknologi. Transformasi dari media konvensional menuju media berbasis internet menciptakan dinamika baru dalam produksi, distribusi, dan konsumsi informasi (Solihin, et al. 2023). Media cetak yang dahulu menjadi sumber utama informasi kini mengalami penurunan drastis dalam oplah dan pengaruhnya, digantikan oleh platform digital yang lebih cepat, fleksibel, dan personal dalam menjangkau audiens. Digitalisasi telah mendorong perubahan struktur organisasi media, memperkenalkan praktik jurnalisme baru, serta membentuk hubungan yang semakin kompleks antara media dan publik (Solihin, Sovianti, Adi 2023).

Namun demikian, kemajuan teknologi informasi ini selalu melahirkan tantangan bagi para pelaku industri media massa. Salah satu bentuk kemajuan ini ditandai dengan algoritma yang menjadi bagian dari platform digital dan hal ini merubah disebarluaskan kepada publik. Keberadaan algoritma mampu membentuk preferensi informasi pengguna, dan diwaktu bersamaan berpotensi menciptakan ruang gema (echo chamber) serta gelembung filter (filter bubble) yang membatasi keberagaman informasi (Marwantika 2019; Guess et al. 2018). Masalah berikutnya adalah rentannya disinformasi dan informasi palsu (hoaks) yang menyebar dengan cepat. Hal ini tentu saja akan memperburuk kualitas ruang publik digital dan pada giliran berikutnya menurunkan tingkat kepercayaan publik kepada media massa. Situasi ini menuntut media untuk mampu beradaptasi dengan ekosistem digital tanpa mengorbankan nilai-nilai dasar jurnalistik (Asprilla and Maharani 2019).

Sudah banyak kajian yang membahas aspek teoritis dari transformasi media digital. Erdal (2007) jauh jauh hari sudah mengemukakan bahwa konvergensi media melahirkan budaya partisipatif, di mana audiens bukan hanya konsumen pasif, tetapi juga produsen informasi. McQuail (2010) menjelaskan bahwa media digital memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih interaktif dan mendalam. Sementara itu, Zimmer et al. (2019) mengkritisi dominasi algoritma dalam menentukan visibilitas informasi, yang berdampak pada keberagaman perspektif di ruang publik. Selanjutnya Warikar (2023) menyoroti bahwa media daring memiliki fleksibilitas tinggi dalam merespons perkembangan teknologi, namun masih menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas konten dan independensi redaksi.

Merujuk kepada latarbelakang dan beberapa penelitian terdahulu, maka penting untuk memahami bagaimana media daring di Indonesia merespons disrupsi digital secara praktis. Penelitian ini mencoba untuk memberi jawaban atas pertanyaan tentang bagaimana media massa mengubah struktur dan praktik kerjanya, tantangan apa yang mereka hadapi dalam lingkungan digital yang terus berkembang, dan strategi adaptif apa yang digunakan untuk mempertahankan relevansi dan kepercayaan publik.

Penelitian ini dirancang dengan pendekatan kualitatif, metode deskriptif yang dalam prosesnya melibatkan analisis dokumen dan wawancara dengan jurnalis serta redaktur dari tiga media daring nasional: radarbandung.com, pojoksatu.id, dan matabandung.pikiran-rakyat.com.

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dalam bidang kajian media dan komunikasi digital, tetapi juga menawarkan wawasan praktis bagi para pengelola media dan pemangku kebijakan. Pemahaman yang mendalam tentang adaptasi media dalam

menghadapi era algoritma dapat menjadi bekal penting untuk menjaga kualitas jurnalisme dan memperkuat peran media dalam demokrasi digital.

Transformasi media digital telah menjadi sorotan banyak kajian akademik. Jenkins (2006) menekankan bahwa konvergensi media telah menciptakan lanskap komunikasi yang melibatkan partisipasi aktif audiens. Sementara itu, McQuail and Deuze (2020) menyebut bahwa media digital mendorong pergeseran dari komunikasi satu arah ke komunikasi dua arah yang lebih partisipatif. Beberapa studi menunjukkan bahwa algoritma memainkan peran signifikan dalam menentukan informasi yang dikonsumsi publik (Fisher and Mehozay 2019). Hal ini menimbulkan kekhawatiran tentang filter bubble dan echo chamber yang mempersempit cakrawala berpikir publik (Guess et al. 2018).

Di Indonesia, studi tentang digitalisasi media juga berkembang. Misalnya, Olih Solihin, Sovianti, and Adi (2023) menyatakan bahwa media daring cenderung lebih cepat beradaptasi dengan teknologi namun tetap memiliki tantangan dalam menjaga kualitas jurnalistik. Kajian-kajian tersebut menjadi dasar dalam memahami konteks dan relevansi transformasi media digital dalam penelitian ini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai konteks sosial dan budaya di balik transformasi media massa di era digital (Yin 2019). Studi kasus cocok digunakan untuk menjawab pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa", yang menjadi fokus utama penelitian ini, yaitu bagaimana media daring Indonesia mengubah struktur dan praktiknya dalam menghadapi digitalisasi, serta mengapa strategi tertentu dipilih oleh masing-masing institusi media. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti mengeksplorasi dinamika internal media secara lebih kontekstual dan komprehensif.

Subjek penelitian terdiri dari tiga media daring nasional yang memiliki pengaruh besar dan telah mengalami transformasi digital secara signifikan, yaitu *radarbandung.com*, *Pojoksatu.id*, dan *matabandung.pikiran-rakyat.com*. Pemilihan ketiga media ini didasarkan pada keberadaan mereka sebagai pelopor media digital yang aktif menggunakan analitik audiens, memproduksi konten multiplatform, serta memiliki kebijakan editorial digital yang terbuka. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui analisis dokumen, berupa laporan tahunan, pedoman redaksional, dan konten publik yang tersedia secara daring, serta wawancara semi-terstruktur dengan lima jurnalis dan redaktur dari masing-masing media. Wawancara dilakukan secara daring antara Desember 2024 hingga Januari 2025.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola utama yang muncul dalam proses adaptasi media terhadap era digital (Braun and Eklund 2019). Proses analisis dimulai dari transkripsi data wawancara, pengkodean terbuka, hingga pengelompokan tema berdasarkan dimensi: transformasi struktur media, tantangan digital, dan strategi adaptif. Untuk menjaga validitas data, peneliti melakukan triangulasi sumber dan mencatat refleksi lapangan secara sistematis. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran empiris yang akurat tentang masa depan media massa di Indonesia dalam ekosistem digital yang terus berkembang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Objek Penelitian

#### 1. Radarbandung.id

Radar Bandung adalah surat kabar harian yang terbit sejak tahun 2003 dan merupakan bagian dari Jawa Pos Group. Media ini dikenal sebagai sumber informasi terpercaya bagi masyarakat Bandung dan Jawa Barat, dengan komitmen kuat terhadap akurasi, keberimbangan, dan standar jurnalisme yang tinggi. Seiring berkembangnya teknologi, Radar Bandung memperluas jangkauannya ke ranah digital melalui situs RadarBandung.id dan berbagai kanal media sosial, menghadirkan berita dalam berbagai format—dari artikel online hingga video dan live report.

Selain media cetak, Radar Bandung kini mengelola jaringan media digital seperti PojokBandung.com, RadarSumedang.id, dan Melansir.com untuk memperluas cakupan informasi lokal hingga nasional. Dalam pengembangan mutakhirnya, Radar Bandung juga mengintegrasikan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk mendukung proses penyusunan berita, kurasi konten, hingga layanan text-to-speech. Inovasi ini menjadikan Radar Bandung menarik untuk dikaji dalam konteks transformasi media digital, penerapan AI dalam jurnalisme, dan peran media lokal dalam ekosistem informasi modern (Radarbandung.id 2025)

#### 2. Pojoksatu.id

Pojoksatu.id adalah media online nasional yang dikelola oleh PT Pojok Satu Indonesia, beralamat di Graha Pena Bogor Lantai 3, Jl KH Abdullah bin Muhammad Nuh No. 30, Kota Bogor, Jawa Barat. Media ini memiliki legalitas resmi dan telah terverifikasi oleh Dewan Pers sejak 2018. Dengan tim redaksi yang berpengalaman, Pojoksatu.id menyajikan beragam berita terkini mulai dari politik, pendidikan, pemerintahan, hingga hiburan, dan tetap mengedepankan akurasi serta keberimbangan dalam setiap pemberitaan.

Sebagai portal berita yang independen, Pojoksatu.id hadir dengan semangat memberikan informasi yang tajam, relevan, dan mudah diakses masyarakat luas. Komitmen terhadap profesionalisme juga ditunjukkan melalui perlindungan hukum terhadap merek dan logonya di Kemenkumham. Dengan karakter dan konsistensinya dalam menyampaikan informasi, Pojoksatu.id menjadi menarik untuk diteliti, khususnya dalam konteks perkembangan komunikasi digital dan peran media daring dalam membentuk opini publik saat ini (pojoksatu.id 2025).

#### 3. Matabandung.pikiran-rakyat.com

MataBandung@pikiran-rakyat.com adalah salah satu kanal informasi digital yang dikelola oleh Pikiran Rakyat Group, dengan fokus pada penyajian informasi yang beragam—baik lokal, nasional, maupun internasional. Kanal ini menyoroti berbagai praktik baik dari masyarakat, komunitas, akademisi, lembaga, hingga pemerintahan, serta menyajikannya dalam format yang mengedukasi dan menggugah kesadaran publik. Dengan pendekatan jurnalisme yang bertanggung jawab, Mata Bandung hadir untuk membuka wawasan pembaca lewat konten yang inspiratif dan informatif.

Beralamat di Jln Dago Hegar No. 10, Bandung, Mata Bandung juga menyediakan saluran komunikasi aktif melalui email dan WhatsApp. Kanal ini menjadi menarik untuk dijadikan objek penelitian karena posisinya sebagai media lokal berbasis digital yang aktif mengangkat narasi positif dari akar rumput. Mata Bandung relevan untuk dikaji dalam konteks peran media alternatif

dalam literasi masyarakat, pemberdayaan komunitas melalui media, serta strategi komunikasi digital berbasis lokalitas (matabandung.pikiran-rakyat.com 2025).

Selanjutnya pada bagian hasil dan pembahasan dalam penelitian ini akan mengulas secara mendalam dinamika media daring dalam merespons perkembangan teknologi digital. Temuan lapangan menunjukkan adanya transformasi signifikan dalam sistem kerja redaksional, di mana media kini membentuk tim-tim khusus seperti SEO, multimedia, dan pengelola media sosial. Perubahan ini mencerminkan upaya media untuk beradaptasi dengan tuntutan kecepatan dan visibilitas konten di dunia maya.

Media daring juga dihadapkan pada tantangan serius berupa penyebaran informasi palsu serta kecenderungan bias akibat algoritma platform digital. Situasi ini menuntut redaksi untuk terus menjaga keseimbangan antara daya tarik konten dan akurasi informasi yang disampaikan kepada publik.

Mengenai strategi adaptasi, muncul pendekatan baru berupa hybrid journalism yang memadukan jurnalisme data, visualisasi interaktif, dan narasi personal. Pendekatan ini diperkuat dengan penggunaan data analitik guna memetakan perilaku audiens dan menentukan waktu publikasi yang lebih strategis. Seluruh dinamika ini akan dijabarkan dalam pembahasan berikut, dengan mengacu pada temuan lapangan yang telah dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 1 Temuan Lapangan Mengenai Dinamika Media Daring di Era Digital

Aspek Utama	Deskripsi Temuan
Transformasi Operasional Media	Perubahan struktur kerja redaksi melalui pembentukan tim khusus seperti SEO, multimedia, dan pengelola media sosial untuk mengoptimalkan kecepatan dan distribusi konten.
Tantangan Digital: Informasi Palsu & Algoritma	Hambatan dalam menangani hoaks dan bias algoritmik yang memengaruhi penyebaran serta visibilitas informasi secara daring.
Strategi Adaptif: Hybrid Journalism & Analytics	Penerapan jurnalistik hybrid dengan dukungan visualisasi dan narasi personal, serta pemanfaatan data analitik untuk memahami preferensi dan pola keterlibatan audiens.

### Transformasi Operasional Media

Transformasi operasional media daring merupakan respon logis terhadap disrupsi digital yang terjadi dalam industri informasi. Di tengah arus informasi yang begitu deras, media dituntut tidak hanya cepat dalam menyampaikan berita, tetapi juga cakap dalam memahami algoritma digital dan perilaku audiens. Perubahan ini menandai pergeseran paradigma dari jurnalisme berbasis ruang redaksi ke jurnalisme berbasis jaringan, di mana struktur kerja media semakin terdigitalisasi dan terdesentralisasi.

Perubahan paling nyata terlihat pada struktur redaksional media daring yang kini lebih kompleks dan multidisipliner. Tidak hanya wartawan dan editor yang menjadi aktor utama, namun munculnya tim-tim teknis seperti analis SEO, manajer media sosial, dan produser multimedia telah memperkaya konfigurasi kerja jurnalistik. Setiap elemen ini memiliki peran yang saling melengkapi untuk memastikan konten tidak hanya akurat secara jurnalistik, tetapi juga optimal secara digital.

Menurut konsep Media Convergence yang dikemukakan oleh Liu (2020) dan SZABO (2021), bahwa konvergensi bukan sekadar teknologi, melainkan juga mengenai perubahan cara berpikir dan struktur organisasi media. Berkenaan hal tersebut maka kehadiran tim-tim teknis baru menandai bentuk konvergensi antara kerja jurnalistik dan kerja teknologi. Media tidak lagi hanya memproduksi teks, tetapi juga mengemas informasi dalam bentuk visual, interaktif, dan bisa diakses lintas platform.

Peran analisis SEO, misalnya, menjadi vital dalam menentukan sejauh mana berita bisa menjangkau khalayak luas. Dalam ekosistem digital, algoritma mesin pencari seperti Google memainkan peran kunci dalam mendistribusikan informasi. Analisis SEO bekerja dengan data dan tren pencarian untuk menyusun strategi konten yang dapat lebih mudah ditemukan, sehingga meningkatkan traffic situs. Ini selaras dengan teori Uses and Gratifications, di mana audiens mencari informasi yang relevan, dan media dituntut mampu menyediakan konten sesuai kebutuhan itu (Denner, Heitzler, and Koch 2018).

Sementara itu, tim multimedia memperkuat aspek visualisasi berita dengan menghadirkan konten yang lebih menarik dan mudah dicerna. Format seperti infografis, video singkat, dan audio visual interaktif terbukti mampu meningkatkan retensi informasi di kalangan pembaca. Ini juga mempertegas pentingnya konsep visual literacy dalam komunikasi kontemporer, di mana visual menjadi bahasa penting dalam menyampaikan makna secara cepat dan efektif.

Tim manajemen media sosial memainkan peran strategis dalam mendistribusikan dan memelihara eksistensi berita. Mereka bekerja untuk memastikan konten menjangkau audiens di berbagai platform, mengelola interaksi publik, sekaligus merespons dinamika percakapan digital. Fungsi ini berkaitan erat dengan teori Agenda-Setting dari McCombs, Shaw, and Weaver (2018) menyatakan bahwa media tidak hanya memberitahu publik tentang apa yang harus dipikirkan, tetapi juga bagaimana mereka memikirkannya. Di era media sosial, distribusi informasi menjadi bagian dari proses pembentukan agenda publik yang lebih kompleks.

Namun, integrasi tim digital dan tim redaksi tidak serta-merta berjalan mulus. Perbedaan budaya kerja dan persepsi terhadap nilai berita seringkali memunculkan ketegangan. Wartawan yang terbiasa mengedepankan nilai jurnalistik kadang merasa terancam oleh logika SEO atau algoritma, yang lebih menekankan klik dan impresi ketimbang kedalaman isi. Ini menimbulkan tantangan etis tersendiri dan mempertegas pentingnya etika jurnalistik dalam era digital.

Pernyataan redaktur Radarbandung.com bahwa “kecepatan dan optimalisasi konten untuk mesin pencari menjadi indikator utama kesuksesan berita saat ini” (Wawancara, 2025), menegaskan bagaimana logika algoritmik telah menjadi bagian dari kerja jurnalistik. Hal ini sesuai dengan pandangan Algorithmic Journalism yang dikemukakan oleh Babu and Kanaga (2022), bahwa algoritma kini menjadi aktor penting dalam menentukan visibilitas dan bahkan nilai sebuah berita.

Dalam konteks performa media daring, keberhasilan sebuah berita tidak lagi diukur hanya dari kualitas isinya, tetapi juga dari metrik digital seperti jumlah klik, waktu kunjungan, bounce rate, hingga tingkat engagement. Perubahan indikator ini mencerminkan logika ekonomi digital yang menempatkan atensi sebagai komoditas utama. Media dituntut untuk bermain cerdas di antara tuntutan pasar dan tanggung jawab jurnalistik.

Meski begitu, transformasi ini juga membuka peluang baru bagi media untuk bereksperimen dengan berbagai bentuk penyajian berita yang lebih kreatif dan interaktif. Dengan pemanfaatan teknologi dan data, jurnalisme menjadi lebih dinamis dan berbasis pada kebutuhan audiens yang terus berubah. Media yang mampu membaca arah perubahan ini dengan tepat akan lebih siap bertahan dan berkembang.

Secara keseluruhan, transformasi operasional media daring adalah manifestasi dari perubahan sistem komunikasi massa menuju ekosistem digital yang lebih fleksibel, real-time, dan berbasis data. Tantangannya bukan hanya teknis, tetapi juga etis dan konseptual. Media kini tidak hanya mengelola informasi, tetapi juga membentuk cara kita memahami realitas dalam lanskap komunikasi digital yang semakin kompleks.

Dengan memadukan teori-teori seperti Media Convergence, Agenda-Setting, hingga Algorithmic Journalism, kita dapat melihat bahwa transformasi ini bukan sekadar adaptasi teknologi, melainkan juga rekonstruksi menyeluruh terhadap praktik dan nilai-nilai dalam dunia jurnalistik modern.

### **Tantangan Digital: Informasi Palsu dan Bias Algoritma**

Di tengah derasnya arus informasi digital, salah satu tantangan terbesar yang dihadapi media daring adalah menyaring antara informasi valid dan konten yang menyesatkan. Dalam wawancara dengan redaktur dari ketiga media yang diteliti, muncul kekhawatiran bersama terkait maraknya hoaks dan disinformasi yang beredar begitu cepat, khususnya di platform media sosial. Situasi ini membuat media harus bekerja lebih keras untuk menjaga kredibilitas mereka.

Disinformasi tidak hanya hadir sebagai tantangan teknis, tetapi juga sebagai ancaman terhadap integritas jurnalistik. Berita palsu sering kali dikemas dengan narasi yang memikat dan emosional, sehingga mudah tersebar dan dipercaya publik. Media yang serius menjaga keakuratan informasi harus berhadapan dengan tekanan dari algoritma platform yang justru seringkali mengutamakan keterlibatan (engagement) daripada kebenaran.

Fenomena ini dapat dipahami melalui teori Information Disorder membagi gangguan informasi ke dalam tiga kategori: misinformasi, disinformasi, dan malinformasi. Dalam konteks ini, disinformasi—informasi salah yang sengaja disebar untuk menyesatkan—menjadi momok utama bagi jurnalis. Platform digital mempermudah penyebaran konten semacam ini karena kecepatan dan skalanya yang luar biasa (Darwis 2024).

Redaktur *Pojoksatu.id* menyampaikan bahwa tantangan algoritma menempatkan mereka dalam dilema antara memenuhi tuntutan popularitas dan menjaga akurasi konten. Di satu sisi, algoritma media sosial cenderung menampilkan konten yang memancing reaksi emosional dan viral. Di sisi lain, konten jurnalistik yang berbasis fakta dan verifikasi sering kalah dalam kompetisi perhatian. Ini menjadi tantangan moral dan profesional yang terus bergulir. Algoritma distribusi konten berperan dalam memperkuat bias penyebaran informasi. Artinya, konten yang sudah populer akan semakin dipromosikan oleh sistem, meskipun belum tentu akurat. Hal ini memunculkan apa yang disebut dengan *algorithmic bias*, di mana sistem secara tidak langsung mendorong disinformasi yang viral (Kim 2020).

Masalah ini makin kompleks ketika publik cenderung menilai kredibilitas informasi berdasarkan seberapa sering informasi itu muncul, bukan dari sumbernya. Ini berkaitan dengan efek mere exposure dalam psikologi komunikasi, di mana paparan berulang terhadap suatu informasi cenderung meningkatkannya, bahkan jika informasi tersebut salah. Media harus melawan persepsi ini dengan strategi penyampaian informasi yang lebih proaktif dan edukatif.

Beberapa media mencoba mengatasi tantangan ini dengan membentuk tim pemeriksa fakta (fact-checking unit) internal dan menjalin kolaborasi dengan platform digital. Namun, upaya ini pun terbentur pada keterbatasan sumber daya dan kecepatan produksi hoaks yang jauh lebih tinggi

daripada kemampuan verifikasi. Di sinilah pentingnya kolaborasi antara media, pemerintah, dan komunitas digital dalam membangun ekosistem informasi yang sehat.

Dalam konteks teoritis, kondisi ini dapat dijelaskan pula dengan pendekatan Gatekeeping Theory yang dikembangkan oleh Kurt Lewin yang dijelaskan dalam penelitian (Vos 2015). Dalam era digital, peran gatekeeper tradisional melemah karena setiap individu dapat menjadi produsen dan distributor informasi. Media arus utama kehilangan monopoli atas alur informasi, dan algoritma mengambil alih sebagian besar proses seleksi konten.

Bahayanya bukan malah memperkuat posisi jurnalisme profesional, keberadaan algoritma justru memperpendek umur siklus berita dan memaksa media untuk terus mengejar kecepatan. Akibatnya, tekanan terhadap akurasi dan verifikasi semakin besar. Jurnalis harus menyesuaikan ritme kerja mereka dengan logika platform, yang sering kali tidak sejalan dengan prinsip dasar jurnalistik (Vos 2015).

Meski demikian, media yang berhasil menjaga keseimbangan antara akurasi dan relevansi masih memiliki posisi penting dalam ruang publik digital. Mereka harus mengembangkan strategi penyampaian informasi yang tidak hanya faktual, tetapi juga menarik secara emosional dan visual, agar bisa bersaing dengan konten viral non-jurnalistik. Ini merupakan bentuk *strategic framing* yang harus dikuasai oleh redaksi masa kini.

Membangun kepercayaan publik di tengah badai disinformasi menjadi tugas jangka panjang. Kepercayaan tidak bisa dibangun hanya dari satu atau dua artikel yang benar, tetapi dari konsistensi editorial, transparansi sumber, dan keterbukaan terhadap koreksi. Media harus menjadikan literasi digital dan literasi media sebagai bagian dari misi jurnalisme mereka, bukan hanya produk sampingan.

Berkenaan hal di atas maka tantangan digital dalam bentuk hoaks dan bias algoritma bukan hanya masalah media, melainkan cermin dari budaya komunikasi masyarakat digital itu sendiri. Untuk itu, selain adaptif secara teknologi, media juga harus menjadi aktor yang aktif dalam membentuk kesadaran kritis publik terhadap informasi yang mereka konsumsi. Jurnalisme masa depan tidak hanya mengabarkan, tetapi juga mendidik.

### **Strategi Adaptif: Hybrid Journalism dan Data Analytics**

Perubahan cara masyarakat mengonsumsi informasi memaksa media daring untuk berpikir lebih kreatif dalam menyajikan kontennya. Tidak cukup hanya menyampaikan fakta, media kini dituntut untuk mampu memadukan berbagai elemen naratif yang memikat, informatif, dan visual. Di sinilah muncul konsep *hybrid journalism*, yakni pendekatan jurnalistik yang menggabungkan jurnalisme data, narasi personal, dan visualisasi interaktif dalam satu kesatuan cerita yang kuat.

Pendekatan ini menjadi respons atas perubahan preferensi audiens digital, yang kini cenderung lebih menyukai konten yang tidak hanya memberi informasi, tetapi juga pengalaman membaca yang menarik. Di beberapa media daring, termasuk yang menjadi subjek penelitian ini, praktik *hybrid journalism* semakin intens dilakukan, terutama pada topik-topik yang bersifat mendalam, kompleks, atau melibatkan banyak data.

*Hybrid journalism* sejatinya merupakan evolusi dari jurnalisme konvergensi, di mana media tidak lagi bekerja dalam batasan teks semata, tetapi juga menggunakan video, grafik interaktif, peta digital, dan audio sebagai bagian dari narasi. Konsep ini diperkuat oleh teori *Convergence Culture* dari Henry Jenkins (Alfirahmi 2019) dimana peneliti ini merangkan batas antara media lama dan baru menjadi kabur karena partisipasi aktif audiens dalam proses konsumsi dan produksi informasi.

Namun, penyampaian konten yang menarik saja tidak cukup. Media juga harus memahami kapan, kepada siapa, dan dengan cara seperti apa informasi disampaikan. Di sinilah data analytics memainkan peran penting. Media daring kini memanfaatkan berbagai alat analitik untuk membaca perilaku audiens—mulai dari durasi membaca, klik per artikel, hingga waktu paling efektif untuk publikasi.

Dalam wawancara dengan redaktur media yang diteliti, muncul penjelasan tentang bagaimana mereka menggunakan real-time analytics untuk mengatur ulang strategi redaksional. Misalnya, jika sebuah artikel politik ternyata banyak dibaca pada malam hari, maka topik serupa akan dijadwalkan terbit pada waktu yang sama untuk mengoptimalkan jangkauan. Hal ini merupakan bentuk data-driven decision making dalam dunia jurnalistik.

Lebih dari itu, data analytics juga digunakan untuk segmentasi audiens. Media mampu memetakan karakteristik pembaca berdasarkan usia, lokasi, perangkat yang digunakan, hingga minat utama mereka. Pengetahuan ini memungkinkan redaksi untuk melakukan personalized journalism, yaitu penyampaian informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing segmen pembaca. Pendekatan ini sejalan dengan pemikiran Schlesinger and Doyle (2015), di mana pakar ini menyebutkan media digital tidak bisa lagi mengandalkan pendekatan "satu untuk semua" (one-size-fits-all). Sebaliknya, media harus mampu merancang konten yang relevan secara personal agar tetap kompetitif di tengah lautan informasi yang tersedia di platform digital.

Dampak dari strategi ini pun mulai terlihat. Beberapa media yang telah menerapkan hybrid journalism dan data analytics secara intens mengalami peningkatan loyalitas audiens. Pembaca tidak hanya datang sekali, tetapi kembali secara berkala karena merasa bahwa konten yang disajikan relevan dan bermakna bagi mereka. Ini menjadi indikator keberhasilan jangka panjang di tengah volatilitas dunia digital. Namun, penerapan strategi ini juga bukan tanpa tantangan. Dibutuhkan kemampuan teknis yang tinggi dari sisi redaksi, kolaborasi erat antara tim jurnalistik dan tim teknologi, serta investasi pada pelatihan dan perangkat digital. Redaktur dari media yang diteliti menyebut bahwa proses transformasi ini bersifat berkelanjutan dan membutuhkan adaptasi terus-menerus terhadap perkembangan algoritma dan preferensi audiens.

Sebagaimana diketahui bahwa teori (Uses and Gratifications) juga dapat digunakan untuk menjelaskan mengapa strategi ini berhasil. Audiens digital tidak pasif, mereka mencari konten yang mampu memenuhi kebutuhan mereka—baik kebutuhan informasi, hiburan, maupun ekspresi personal. Hybrid journalism yang didukung oleh analisis data mampu merespons kebutuhan tersebut dengan lebih tepat.

Alhasil strategi mengadaptasi kemajuan teknologi ini ini mengkonfirmasi bahwa para wartawan dan dunia jurnalistik bukan lagi hanya tentang siapa yang pertama menyampaikan berita, melainkan siapa yang paling mampu menjadikannya bermakna bagi audiens. Inilah esensi dari jurnalisme digital masa kini: menggabungkan teknologi, kreativitas, dan data untuk membangun pengalaman membaca yang tidak hanya informatif, tetapi juga menyentuh dan berkesan.

## **SIMPULAN**

Transformasi media massa di era digital bukan hanya sekadar perpindahan platform dari cetak ke daring, tetapi juga mencerminkan perubahan mendasar dalam cara kerja, struktur organisasi, dan strategi komunikasi media. Media kini harus beradaptasi dengan ekosistem digital yang

dipenuhi tantangan seperti algoritma, disinformasi, dan fragmentasi audiens. Melalui penelitian ini ditemukan bahwa media daring merespons tantangan tersebut dengan membentuk struktur redaksional baru, mengadopsi hybrid journalism, serta mengintegrasikan data analytics dalam pengambilan keputusan redaksional.

Strategi adaptif yang dijalankan menunjukkan pentingnya kolaborasi antara jurnalisme dan teknologi. Kemampuan media dalam memahami perilaku audiens dan menyesuaikan kontennya secara real-time menjadi kunci untuk mempertahankan relevansi dan membangun kepercayaan publik. Dengan pendekatan yang responsif, media dapat tidak hanya bertahan dalam arus disrupsi digital, tetapi juga berperan aktif dalam menciptakan ruang publik yang sehat, inklusif, dan berbasis pada informasi yang kredibel.

## REFERENSI

- Alfirahmi, Alfirahmi. 2019. "Fenomena Kopi Kekinian Di Era 4.0 Ditinjau Dari Marketing 4.0 Dan Teori Uses and Effect." *Lugas Jurnal Komunikasi* 3(1):24–32.
- Asprilla, Adithya, and Nunik Maharani. 2019. "Jurnalisme Data Dalam Digitalisasi Jurnalisme Investigasi Tempo." *Jurnal Kajian Jurnalisme* 3(1):212–24. doi: 10.24198/kj.v3i1.21362.
- Babu, Nirmal Varghese, and E. Grace Mary Kanaga. 2022. "Sentiment Analysis in Social Media Data for Depression Detection Using Artificial Intelligence: A Review." *SN Computer Science* 3(1):1–20. doi: 10.1007/s42979-021-00958-1.
- Braun, Joshua A., and Jessica L. Eklund. 2019. "Fake News, Real Money: Ad Tech Platforms, Profit-Driven Hoaxes, and the Business of Journalism." *Digital Journalism* 7(1):1–21.
- Darwis, Rifan Maulana. 2024. "Asuhan keperawatan pada Ny. S dengan Diabetes Melitus berdasar Teori Model Keperawatan 'Dorothea. Orem' Di Ruang Parangtrits-RSUD Dr. Saiful Anwar."
- Denner, Nora, Nicola Heitzler, and Thomas Koch. 2018. "Presentation of CEOs in the Media: A Framing Analysis." *European Journal of Communication* 33(3):271–89.
- Erdal, Ivar John. 2007. "Researching Media Convergence and Crossmedia News Production." *Nordicom Review* 28(2):51–61.
- Fisher, Eran, and Yoav Mehozay. 2019. "How Algorithms See Their Audience: Media Epistemes and the Changing Conception of the Individual." *Media, Culture & Society* 41(8):1176–91.
- Guess, Andrew, Brendan Nyhan, Benjamin Lyons, and Jason Reifler. 2018. "Avoiding the Echo Chamber about Echo Chambers." *Knight Foundation* 2(1):1–25.
- Kim, Yong-Chan. 2020. *Media System Dependency Theory*. doi: 10.1002/9781119011071.iemp0135.
- Liu, Ping. 2020. "Investigation on the Development Trend and Characteristics of Media Convergence Based on Big Data Analysis." P. 22130 in *Journal of Physics: Conference Series*. Vol. 1533. IOP Publishing.
- matabandung.pikiran-rakyat.com. 2025. "Tentang Mata Bandung.Pdf." Retrieved January 2, 2025 (<https://matabandung.pikiran-rakyat.com/about-us>).
- McCombs, Maxwell E., Donald L. Shaw, and David H. Weaver. 2018. "New Directions in Agenda-Setting Theory and Research." Pp. 131–52 in *Advances in foundational mass communication theories*. Routledge.

- McQuail, Denis, and Mark Deuze. 2020. "McQuail's Media and Mass Communication Theory." *pojoksatu.id*. 2025. "Pojok Satu About.Pdf." Retrieved February 2, 2025 (<https://www.pojoksatu.id/about-us/>).
- Radarbandung.id. 2025. "Tentang Kami.Pdf." Retrieved February 2, 2025 (<https://www.radarbandung.id/tentang-kami/>).
- Rantona, Safutra, Olih Solihin, Ahmad Zakki Abdullah, Program Studi, Ilmu Komunikasi, Universitas Komputer, Program Studi, Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan, and Nasional Veteran. 2024. "Digitalisasi Komunikasi : Dinamika Teori Dan Transformasi Di Era Digital." 21(1).
- Schlesinger, Philip, and Gillian Doyle. 2015. "From Organizational Crisis to Multi-Platform Salvation? Creative Destruction and the Recomposition of News Media." *Journalism* 16(3):305–23.
- Solihin,Olih;Ruli, Muhammad; Siregar, Ballian. 2023. "Transformasi Budaya Digital : Interaksi Komunikasi Interpersonal Penjual dan Pembeli Perkembangan Teknologi Internet Melahirkan Masyarakat Digital . Budaya Digital Telah Mengubah Berbagai Aspek Kehidupan Kita , Termasuk Dalam Dunia Bisnis Dan Perdagangan." 29:1–8.
- Solihin, O, R. Sovianti, and F. Adi. 2023. "Adaptation of Information and Communication Technology of Pikiran Rakyat Newspaper in the Digital Era." *International Journal of Research and ...* 3(2):235–43.
- Szabo, Lucian-Vasile. 2021. "Mass Media, Social Media and Technological Evolution Today: A Theoretical Approach." *Journal of Media Research* 14(3 (41)):95–105. doi: 10.24193/jmr.41.6.
- Vos, Tim P. 2015. "Revisiting Gatekeeping Theory during a Time of Transition." Pp. 3–24 in *Gatekeeping in transition*. Routledge.
- Warikar, Elizabeth Florence. 2023. "ekosistem media massa digital di yogyakarta dalam isu fleksplorasi (Fenomenologi Normalisasi Pada Jurnalis Media Daerah Dan Berjejaring)."
- Yin, Robert K. 2019. *Studi Kasus Desain & Metode*. Depok: Rajawali Pers.
- Zimmer, Franziska, Katrin Scheibe, Mechtild Stock, and Wolfgang G. Stock. 2019. "Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users?" *Journal of Information Science Theory and Practice* 7(2):40–53.