

Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)

DOI: <https://doi.org/10.35870/jtik.v10i1.4586>

Strategi Portal Media Berita *Online* Beritajatim.com Dalam Memperluas Audiens

Pelangi Nerisa Arfina ^{1*}, Windri Saifudin ²

^{1*,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur, Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

article info

Article history:

Received 20 June 2025

Received in revised form

20 July 2025

Accepted 10 September 2025

Available online January 2026.

Keywords:

Mass Communication; Media

Convergence; Media

Management; Online Media;

Audience Engagement.

Kata Kunci:

Komunikasi Masa;

Konvergensi Media;

Manajemen Media; Media

Online; Keterlibatan Audiens.

abstract

The high growth of internet usage has resulted in a shift in the way people access and consume news. This condition encourages competition between online media in capturing the attention and tastes of the audience. This study aims to analyze Beritajatim.com's strategy in expanding its audience reach amidst the dynamics of the digital media industry. The method used is descriptive qualitative with a SWOT and STPD analysis approach to identify internal and external factors that influence Beritajatim.com's position as a news portal. Data analysis techniques through interviews, observation and documentation. The results of the study revealed that audience expansion is an important strategic step for Beritajatim.com, due to the high level of competition, changes in reader tastes, audience fragmentation, and declining revenue. This encourages Beritajatim.com to implement a media convergence strategy as an adaptive step. This strategy is realized through podcast production, content variety, and content distribution across digital platforms to reach a wider audience.

abstrak

Tingginya pertumbuhan penggunaan internet mengakibatkan pergeseran cara masyarakat dalam mengakses dan mengonsumsi berita. Kondisi ini mendorong persaingan antar media online dalam merebut perhatian dan selera audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Beritajatim.com dalam memperluas jangkauan audiens di tengah dinamika industri media digital. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT dan STPD guna mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi posisi Beritajatim.com sebagai portal berita. Teknik analisis data penelitian ini melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa perluasan audiens menjadi langkah strategis yang penting bagi Beritajatim.com, akibat faktor tingginya tingkat persaingan, perubahan selera pembaca, fragmentasi audiens, serta penurunan pendapatan. Hal tersebut mendorong Beritajatim.com untuk menerapkan strategi konvergensi media sebagai langkah adaptif. Strategi ini diwujudkan melalui produksi podcast, ragam konten, dan distribusi konten lintas platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Corresponding Author. Email: pelangiarfina01@gmail.com ^{1}.

Copyright 2026 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 

1. Pendahuluan

Penelitian ini berfokus pada strategi yang diterapkan oleh Beritajatim.com untuk memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan daya saingnya sebagai portal berita online. Industri media digital saat ini menghadapi persaingan yang semakin intens. Berdasarkan data Dewan Pers per Januari 2023, terdapat 1.711 perusahaan media terverifikasi di Indonesia, dengan 902 di antaranya merupakan media digital (dewanpers.id, 2023). Dalam kondisi ini, perusahaan media dihadapkan pada tantangan untuk memahami dengan cermat karakteristik audiens agar dapat menyajikan konten yang tepat dan memilih strategi distribusi informasi yang efektif. Audiens memainkan peran yang sangat penting dalam industri media. McQuail (2010) menegaskan bahwa audiens tidak hanya bertindak sebagai penerima pesan, melainkan sebagai faktor penentu keberhasilan media itu sendiri. Menurut Blumler (1974), audiens memiliki kemampuan untuk memengaruhi popularitas media serta sumber keuntungan bagi industri tersebut. Audiens memiliki peran aktif dalam memilih media yang mereka konsumsi berdasarkan preferensi terhadap isu-isu tertentu. Semakin banyak audiens yang tertarik pada isu tertentu, semakin tinggi tingkat eksposur media tersebut dalam industri.

Dallas (2013) mencatat bahwa tingginya tingkat keterlibatan audiens membuka peluang bagi perusahaan media untuk meningkatkan pendapatan dari iklan. Oleh karena itu, perusahaan media perlu memahami dengan seksama selera dan preferensi audiens untuk mempertahankan daya saing dan memastikan keberlanjutan bisnis mereka. Usaha yang dilakukan oleh perusahaan media adalah menganalisis data mengenai berita yang paling sering dikonsumsi oleh audiens. Isu-isu yang dekat dengan kehidupan audiens, seperti sosial, ekonomi, kesehatan, dan budaya, cenderung lebih diminati (McCombs, 1972). Di tengah persaingan industri media yang semakin ketat, perusahaan media perlu memahami audiens secara mendalam untuk memperluas jangkauan audiens mereka. Salah satu kunci utama dalam memahami audiens adalah dengan mengenali motivasi dan kebutuhan mereka dalam mengonsumsi media. West (2010) menjelaskan bahwa audiens berperan aktif dalam

memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Posisi audiens sebagai penentu konsumsi media ini mengharuskan perusahaan media untuk beradaptasi dalam menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi audiens. Jika media tidak mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi audiens, audiens akan beralih ke platform lain (McQuail, 1983). Seiring dengan perkembangan pesat teknologi digital, pertumbuhan internet memberikan audiens akses yang lebih luas terhadap berbagai platform media. Hal ini memberikan audiens kendali lebih besar terhadap pilihan konten yang mereka konsumsi, yang pada gilirannya mendorong perusahaan media untuk lebih inovatif dalam merumuskan strategi agar tetap relevan, menarik perhatian, dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221 juta, atau sekitar 79,5% dari total populasi yang berjumlah 278 juta jiwa, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 1,4%. Berdasarkan data dari Statista per Januari 2024, Indonesia menempati peringkat kelima di dunia dengan jumlah pengguna internet tertinggi setelah China, India, Amerika Serikat, dan Brasil (GoodStats Data, 2024). Pertumbuhan internet yang pesat menyebabkan perubahan pola konsumsi informasi audiens.

Masyarakat Indonesia kini lebih mengandalkan platform digital untuk memperoleh berita secara cepat dan real-time. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), sekitar 80,26% dari masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk hiburan, sedangkan 76,08% memanfaatkannya untuk mengakses informasi atau berita. Fenomena ini membuka peluang bagi pertumbuhan media digital yang signifikan, dimana media konvensional dapat beradaptasi dengan melakukan konvergensi media, menggabungkan berbagai bentuk media dalam satu platform digital yang lebih interaktif dan mudah diakses (Jefkins, 2006). Pertumbuhan pesat media digital di Indonesia memberikan kesempatan bagi perusahaan media untuk menjangkau audiens lebih banyak, sekaligus beradaptasi agar tetap relevan di era digital. Beritajatim.com, sebagai salah satu pelopor media online di Surabaya, Jawa Timur, memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan kualitas dan kredibilitasnya.

Beritajatim.com mulai beroperasi pada 1 April 2006 di bawah naungan CV Portal Jatim Media, dan telah berkembang pesat meskipun pada awalnya kondisi media online di Surabaya belum sepenuhnya matang. Pada saat itu, mayoritas media online terpusat di Jakarta seperti Detik.com dan Kompas.com, dan media online di Surabaya masih dianggap sebagai pelengkap bagi media massa konvensional (Oryza, 2024).



Gambar 1. Logo Beritajatim.com

Penelitian ini membahas langkah-langkah yang diambil oleh Beritajatim.com dalam memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan posisi kompetitifnya sebagai portal berita online. Industri media digital kini menghadapi tantangan yang semakin besar. Berdasarkan data Dewan Pers per Januari 2023, Indonesia memiliki 1.711 perusahaan media terverifikasi, dengan 902 di antaranya adalah media digital (dewanpers.id, 2023). Dalam kondisi ini, perusahaan media dituntut untuk memahami secara lebih mendalam karakteristik audiens agar dapat menyediakan konten yang relevan dan memilih strategi distribusi yang tepat. Pada tahap awal kemunculannya, media online di Indonesia, khususnya di Jawa Timur, belum mampu menjangkau audiens dalam jumlah besar (Oryza, 2024). Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi dan peningkatan akses internet menyebabkan perubahan signifikan dalam cara audiens mengakses berita. Dari yang sebelumnya mengandalkan portal berita sebagai sumber utama informasi, masyarakat kini lebih memilih media sosial untuk mengakses berita dengan cara yang lebih praktis dan langsung. Platform seperti Facebook, X, Instagram, dan TikTok telah menjadi pilihan utama bagi audiens untuk mendapatkan berita secara cepat dan interaktif. Perubahan ini memberikan tantangan besar bagi media tradisional yang harus menyesuaikan diri dengan preferensi audiens yang lebih mengutamakan format yang cepat, ringkas, dan visual. Berhadapan dengan kenyataan ini, perusahaan media harus mampu beradaptasi dengan memperbaharui cara mereka menyampaikan informasi, agar tetap relevan dan menarik bagi audiens. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, perusahaan media harus merumuskan strategi

yang efektif agar tetap dapat menjangkau audiens dan bersaing dengan platform lain yang lebih fleksibel dan dekat dengan audiens. McLuhan (2010) menekankan bahwa perkembangan teknologi komunikasi menuntut media untuk terus berinovasi, karena tanpa penyajian konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens, media akan kehilangan daya tarik dan kehilangan audiensnya. Sebagai pelopor media online di Surabaya, Beritajatim.com telah memanfaatkan relasi bisnis sejak awal untuk memperluas jangkauannya. Sejak berdirinya pada 1 April 2006, Beritajatim.com terus berupaya meningkatkan eksistensinya dengan menawarkan layanan periklanan sebagai salah satu sumber pendapatan utama (Oryza, 2024). Selain menyajikan informasi berkualitas, media ini juga fokus pada penggunaan iklan sebagai sarana untuk memperkenalkan merek dan menarik perhatian audiens. Kotler (dalam Ikhwan, 2021) mengungkapkan bahwa iklan merupakan elemen yang sangat penting dalam menciptakan kesadaran merek, yang pada gilirannya mendatangkan audiens lebih banyak. Namun, dalam industri yang sangat kompetitif ini, keberhasilan Beritajatim.com tidak hanya bergantung pada jumlah audiens, tetapi juga pada seberapa efektif strategi manajemen konten yang diterapkan.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana Beritajatim.com merumuskan strategi untuk memahami kebutuhan audiens, memilih saluran distribusi yang tepat, dan mengoptimalkan posisi mereka di pasar yang penuh persaingan. Fokus utama dari penelitian ini adalah menganalisis langkah-langkah yang diambil Beritajatim.com dalam memetakan audiens, serta bagaimana mereka menghadapi tantangan eksternal dan memanfaatkan kekuatan internal untuk mempertahankan posisinya. Penelitian ini juga termasuk dalam kategori studi kasus tunggal, karena berfokus pada fenomena tingginya pertumbuhan media online yang semakin mendominasi pasar. Clayton Christensen (2000) mencatat bahwa perusahaan pionir sering kali menghadapi risiko tinggi, karena mereka memperkenalkan inovasi besar yang mungkin belum diterima sepenuhnya oleh pasar. Dalam konteks industri media digital, strategi manajemen konten yang tepat perlu diarahkan untuk membangun posisi media yang kuat di pasar, memperkuat hubungan dengan audiens, serta memastikan bahwa konten yang

disajikan tetap sesuai dengan perubahan preferensi audiens yang terus berkembang. Dengan pendekatan ini, Beritajatim.com dapat terus bersaing dan memperluas audiensnya di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. Metodologi Penelitian

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahapan yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1984), yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Untuk memperoleh data yang relevan, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pendiri, pimpinan redaksi, tim redaksi, bagian pemasaran, dan bagian pengembangan website Beritajatim.com. Teknik pengumpulan data yang digunakan mencakup wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Urgensi Perluasan Pasar Audiens Bagi Beritajatim.com

Dalam industri media digital yang terus berkembang, perubahan dalam perilaku dan preferensi audiens menjadi tantangan utama yang harus dihadapi oleh perusahaan media. Audiens saat ini lebih memilih untuk mengakses informasi dalam format yang lebih cepat, ringkas, dan visual (Firmansyah, 2020). Konten berbentuk teks panjang semakin jarang diminati, sementara format seperti video singkat, infografik, dan konten berbasis media sosial menunjukkan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi (Firmansyah, 2020). Menurut data dari Growtt Xpert (2024), sekitar 95% pengguna media sosial dan internet lebih mudah memahami informasi melalui video. Selain itu, menurut Simplebeen (2024), rata-rata masyarakat menghabiskan waktu 80 menit per hari menonton video pendek, khususnya melalui platform seperti TikTok, Reels, dan YouTube Shorts. Pergeseran ini menunjukkan perubahan signifikan dalam pola konsumsi berita dan hiburan masyarakat. Kemajuan teknologi digital, terutama perkembangan media sosial dengan algoritma penyajian informasi

yang lebih beragam dan cepat, mendorong audiens untuk mengakses konten yang lebih disesuaikan dengan minat mereka. Kehadiran media sosial telah mengubah cara audiens menerima informasi, dan perubahan ini menuntut media online untuk menyesuaikan produksi konten dan saluran distribusi yang digunakan. Bagi Beritajatim.com, tantangan ini terletak pada kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan perilaku audiens, karena pola kerja redaksional yang sudah terstruktur harus disesuaikan dengan kebutuhan audiens yang semakin dinamis. Seperti yang diungkapkan oleh Tim Jurnalis Beritajatim.com dalam wawancara, ada upaya besar yang dilakukan untuk beradaptasi dengan selera audiens agar tetap relevan di kalangan pembaca dan dalam persaingan media digital. Selain itu, persaingan dalam industri media digital semakin intens seiring dengan bertambahnya jumlah kompetitor. Sejak didirikan pada 2006, Beritajatim.com menjadi salah satu pelopor media online di Jawa Timur. Pada masa awal kemunculannya, kompetisi media digital di wilayah ini masih terbatas, dengan hanya beberapa portal berita online yang beroperasi.

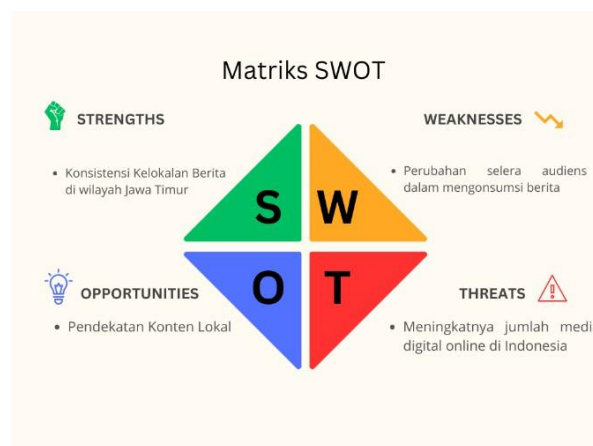
Berdasarkan data dari Web.org (2008), tercatat sebanyak 66 portal berita online yang telah beroperasi di Indonesia pada awal 2000-an. Di Surabaya, media digital yang pertama kali hadir adalah SuaraSurabaya.net (1999) dan DetikSurabaya yang berkembang di awal 2000-an sebagai bagian dari Detik.com. Minimnya kompetitor di masa tersebut memberikan Beritajatim.com peluang besar untuk membangun loyalitas pembaca sejak dini. Namun, dalam lima tahun terakhir, jumlah media online di Indonesia meningkat pesat, termasuk media yang dikelola oleh individu dan komunitas melalui platform digital. Perkembangan ini membuat persaingan semakin ketat, sehingga Beritajatim.com harus terus berinovasi dan memperluas audiensnya agar tetap kompetitif di tengah ruang digital yang semakin padat. Pendapatan Beritajatim.com dari iklan mengalami penurunan signifikan jika dibandingkan dengan masa awal operasionalnya. Fenomena ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah media digital yang hadir di berbagai platform, yang mengakibatkan pembagian anggaran iklan dari klien ke lebih banyak saluran, termasuk media sosial seperti Instagram, TikTok, dan platform video seperti YouTube. McChesney (2008) menjelaskan bahwa dalam pasar media yang

kompetitif, pendapatan iklan tidak hanya bergantung pada jumlah audiens, tetapi juga pada posisi media dalam menarik perhatian pengiklan. Ketika media digital semakin banyak bersaing dalam ruang digital yang sama, nilai jual masing-masing media dapat menurun, terutama jika media tersebut tidak mampu mempertahankan atau memperluas jangkauan audiensnya. Jika Beritajatim.com tidak segera mengambil langkah untuk memperluas audiens, media ini berisiko kehilangan pembaca secara bertahap dan mengalami penurunan kunjungan. Hal ini dapat melemahkan daya tarik bagi pengiklan dan mengurangi pendapatan yang krusial untuk kelangsungan operasionalnya. Seiring dengan berkembangnya persaingan, serta perubahan cara audiens mengakses informasi, Beritajatim.com harus segera mengambil langkah strategis untuk memperluas jangkauan audiens. Langkah ini bukan hanya sekadar pilihan, melainkan keharusan agar media ini dapat tetap bertahan dan bersaing di pasar yang semakin dinamis.

Strategi Portal Berita Media Online Beritajatim.com dalam Memperluas Pasar Audiens

Beritajatim.com merancang strategi untuk memperluas audiens berdasarkan kebutuhan pembaca dan perkembangan media digital yang terus bertransformasi. Strategi ini melibatkan perencanaan kerja tim secara terstruktur, agar konten yang diproduksi dapat menjangkau lebih banyak orang. Berdasarkan wawancara dengan Direktur Utama Beritajatim.com, strategi ini disusun melalui evaluasi rutin terhadap performa berita dan kebiasaan audiens. Hasil evaluasi ini dibahas dalam pertemuan triwulanan dan menjadi dasar bagi penyusunan rencana kerja jangka pendek. Tim redaksi, promosi, dan teknologi dilibatkan agar strategi ini dapat dijalankan secara menyeluruh dan sesuai dengan kondisi pasar. Langkah berikutnya adalah melakukan analisis pasar audiens untuk memahami karakteristik pembaca serta kecenderungan mereka dalam mengakses informasi digital. Berdasarkan wawancara dengan tim redaksi, analisis ini memanfaatkan data dari Google Analytics 4, yang menyediakan informasi seperti lokasi pembaca, rentang usia, serta topik yang paling diminati. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar pembaca berasal dari wilayah Jawa Timur dan didominasi oleh kalangan profesional

serta birokrat. Selain memanfaatkan data analitik, tim redaksi juga memantau dinamika percakapan di media sosial untuk menyesuaikan konten dengan isu yang berkembang. Pendekatan ini membantu redaksi menentukan tema dan gaya penyajian yang sesuai dengan kebutuhan audiens. Oleh karena itu, analisis pasar audiens menjadi komponen penting dalam merancang strategi distribusi konten yang lebih terarah. Mengacu pada pendekatan analisis SWOT (Terry, 1977), Beritajatim.com mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat memengaruhi strategi mereka. Kekuatan utama media ini terletak pada pengalaman panjangnya sebagai media lokal dan jaringan wartawan yang tersebar di hampir seluruh wilayah Jawa Timur. Fokus pada isu-isu lokal menjadi nilai tambah, karena dapat menjangkau audiens yang belum sepenuhnya terlayani oleh media nasional. Namun, ada beberapa kelemahan internal, seperti ketidakseimbangan antara jumlah tenaga kerja tim redaksi dan tim promosi. Hal ini menjadi kendala dalam menjangkau audiens secara lebih luas dan konsisten. Di sisi lain, peluang terbuka dengan meningkatnya minat terhadap konten lokal dan tingginya penetrasi media sosial, sementara ancaman eksternal datang dari banyaknya media digital baru, perubahan algoritma platform distribusi, dan meningkatnya persaingan dalam menarik perhatian audiens dan pengiklan.



Gambar 2. Matriks SWOT

Melalui analisis ini, Beritajatim.com dapat memahami kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan, serta mengidentifikasi kelemahan dan ancaman yang perlu diatasi. Hasil analisis SWOT memberikan gambaran yang jelas tentang posisi media ini dalam pasar digital saat ini dan menjadi dasar untuk merumuskan

kebijakan redaksional, strategi promosi, serta rencana pengembangan platform di masa depan. Pemetaan ini menjadi titik awal dalam merancang langkah strategis yang lebih terfokus dan realistis untuk memperluas audiens. Selain analisis SWOT, pendekatan STPD digunakan untuk memperkuat arah strategi dalam memperluas audiens Beritajatim.com. Berdasarkan prinsip yang dikemukakan oleh Philip Kotler (2005), pendekatan ini terdiri dari proses segmentasi, penargetan, pemosisian, dan diferensiasi, yang membantu media dalam memahami pasar dan merumuskan strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran.



Gambar 3. Analisis STPD

Dalam proses segmentasi, Beritajatim.com mengelompokkan audiens berdasarkan usia, lokasi geografis, dan minat terhadap isu-isu lokal. Hasil wawancara dengan tim redaksi dan Direktur Usaha menunjukkan bahwa mayoritas pembaca Beritajatim.com berasal dari kalangan profesional, pelaku usaha, dan birokrat di wilayah Jawa Timur, dengan rentang usia 25 hingga 40 tahun. Selain itu, kelompok usia muda (15–24 tahun) yang aktif di media sosial juga menjadi fokus perhatian, karena pola konsumsi informasi mereka cenderung mengutamakan format visual yang cepat dan berbasis tren digital. Pada tahap penargetan, Beritajatim.com memfokuskan dua kelompok usia utama, yaitu 15–24 tahun dan 40 tahun ke atas. Berdasarkan wawancara dengan tim redaksi dan data dari Google Analytics, audiens muda umumnya lebih tertarik pada konten yang interaktif dan visual, sementara audiens dewasa lebih menyukai topik-topik seperti politik lokal, pemerintahan, dan olahraga, khususnya sepak bola. Penyesuaian dilakukan pada pemilihan isu, gaya bahasa, dan format konten untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi masing-masing segmen audiens.

Pemosisian dan Diferensiasi

Dalam hal pemosisian, Beritajatim.com membangun citra sebagai media lokal yang konsisten dan terpercaya, dengan konten yang mengangkat seluruh aspek kehidupan masyarakat Jawa Timur. Kehadiran wartawan yang tersebar di hampir seluruh kota/kabupaten di wilayah tersebut memberikan keunggulan dalam menyajikan berita lokal yang cepat dan relevan. Fokus pada isu-isu daerah dan kedekatan dengan jaringan pemerintahan memperkuat reputasi Beritajatim.com sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya bagi masyarakat dan pemangku kepentingan di wilayah Jawa Timur. Diferensiasi Beritajatim.com terlihat pada konsistensinya dalam menghasilkan berita berbasis liputan langsung, bukan sekadar merilis siaran pers. Selain itu, Beritajatim.com menyajikan berbagai jenis konten, seperti straight news, feature, dan laporan mendalam, untuk memenuhi beragam preferensi pembaca. Penggunaan frasa lokal dalam pemberitaan juga menjadi ciri khas yang membedakan Beritajatim.com dari media daring lainnya, yang cenderung berfokus pada isu-isu nasional atau viral.

Strategi Konvergensi Media

Sebagai langkah adaptasi terhadap pola konsumsi informasi yang terus berubah, Beritajatim.com juga menerapkan strategi konvergensi media. Strategi ini menggabungkan berbagai saluran distribusi digital yang saling mendukung untuk memperluas jangkauan audiens. Selain mengandalkan portal berita utama, Beritajatim.com juga aktif mengelola konten di berbagai platform media sosial, termasuk Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, serta grup WhatsApp dan Telegram. Setiap platform dimanfaatkan sesuai dengan karakteristik audiensnya. Sebagai contoh, TikTok digunakan untuk menyajikan video pendek yang ringan, sementara Instagram dimanfaatkan untuk infografik, berita singkat, dan reels. WhatsApp dan Telegram berfungsi sebagai saluran distribusi cepat untuk komunitas pembaca setia. Konten disesuaikan dengan format yang paling sesuai dengan karakter masing-masing platform, seperti video singkat dengan format “60 Detik Update” untuk TikTok dan Instagram Reels, infografik untuk feed Instagram, serta siaran langsung diskusi isu terkini melalui program “Ngopi Pagi Beritajatim” di Instagram Live dan YouTube.

Konvergensi Teknologis dan Distribusi

Berdasarkan temuan lapangan, konvergensi media yang diterapkan oleh Beritajatim.com meliputi dua aspek utama: konvergensi teknologis dan konvergensi distribusi. Konvergensi teknologis tercermin dari pemanfaatan berbagai platform digital seperti website utama, TikTok, Instagram, YouTube, WhatsApp, dan Telegram. Di sisi lain, konvergensi distribusi dilakukan dengan menyesuaikan format dan gaya konten sesuai dengan karakter masing-masing platform. Di antara saluran distribusi yang digunakan, media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi saluran utama untuk menjangkau audiens muda melalui video pendek dan konten visual interaktif. Strategi ini memungkinkan Beritajatim.com untuk menjangkau segmen pembaca yang lebih luas dan beragam, serta meningkatkan relevansi media di tengah persaingan digital yang semakin sengit.

Pembahasan

Industri media digital, khususnya media lokal seperti Beritajatim.com, menghadapi berbagai tantangan akibat disrupsi digital yang mengubah pola konsumsi informasi audiens. Choliq (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa disrupsi digital menjadi ancaman bagi eksistensi media cetak, dan hal ini juga relevan dengan media digital yang harus beradaptasi dengan perubahan cepat dalam teknologi dan preferensi audiens. Beritajatim.com, yang telah menjadi pelopor media online di Jawa Timur, harus menghadapi peningkatan persaingan dengan banyaknya media digital baru yang bermunculan, baik yang dikelola oleh individu maupun komunitas. Oleh karena itu, Beritajatim.com harus terus berinovasi untuk tetap relevan di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis. Salah satu strategi yang digunakan oleh Beritajatim.com adalah konvergensi media, yang telah terbukti efektif dalam meningkatkan jangkauan audiens. Albarran (2023) menjelaskan bahwa konvergensi media memungkinkan media untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara mengintegrasikan berbagai platform distribusi digital. Beritajatim.com telah mengadopsi pendekatan ini dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp, dan Telegram untuk mendistribusikan konten. Seperti yang dijelaskan oleh Mardhiyanto & Muttaqien (2023), strategi promosi melalui media sosial

memungkinkan portal berita untuk memperluas audiens dan membangun brand awareness, terutama di kalangan audiens muda yang lebih aktif di platform tersebut. Selain itu, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Beritajatim.com juga memanfaatkan strategi pemosisian yang jelas dengan fokus pada pemberitaan lokal. Hal ini sesuai dengan pandangan Setiawan (2021), yang menyatakan bahwa media lokal harus membangun kepercayaan audiens dengan menyediakan konten yang relevan dan mendalam mengenai isu-isu lokal. Beritajatim.com, dengan kedekatannya dengan masyarakat Jawa Timur dan penggunaan bahasa lokal, berhasil menciptakan kredibilitas yang membedakannya dari media nasional yang lebih fokus pada isu global atau viral. Ini juga menggarisbawahi pentingnya konten yang terfokus pada kebutuhan audiens lokal dalam mempertahankan daya saing media (Pradana & Hidayat, 2020).

Namun, meskipun fokus pada konten lokal sangat penting, Beritajatim.com juga harus memperhatikan manajemen iklan untuk mendukung keberlanjutan finansialnya. Data dari DataReportal (2024) menunjukkan bahwa pendapatan dari iklan digital menjadi semakin signifikan di tengah persaingan media digital yang ketat. Penurunan pendapatan iklan yang dialami Beritajatim.com mencerminkan fenomena yang dijelaskan oleh Ikhwan (2021), yang menekankan bahwa media yang tidak mampu mempertahankan audiens atau beradaptasi dengan platform distribusi baru akan kesulitan dalam menarik pengiklan. Oleh karena itu, untuk tetap kompetitif, Beritajatim.com perlu terus memperluas audiens dan meningkatkan keterlibatannya, terutama melalui pengelolaan konten yang disesuaikan dengan kebutuhan audiens di berbagai platform. Secara keseluruhan, Beritajatim.com telah berhasil mengimplementasikan langkah-langkah strategis yang dibutuhkan untuk bertahan di pasar media digital yang sangat kompetitif. Dengan memanfaatkan konvergensi media, berfokus pada pemberitaan lokal, dan beradaptasi dengan preferensi audiens yang terus berubah, Beritajatim.com dapat memperluas audiensnya, mempertahankan posisi di pasar, dan tetap relevan di tengah persaingan yang semakin ketat. Namun, seperti yang dijelaskan oleh Doyle (2013), perusahaan media harus terus berinovasi dalam hal konten dan distribusi untuk memastikan bahwa

strategi yang diterapkan tetap efektif dalam menjawab perubahan preferensi audiens dan menghadapi persaingan digital yang semakin sengit.

4. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menegaskan bahwa strategi perluasan audiens merupakan elemen penting bagi keberlanjutan Beritajatim.com di tengah persaingan media digital yang semakin intens dan dinamis. Perubahan perilaku audiens, keterbatasan sumber daya internal, serta peningkatan jumlah kompetitor menuntut Beritajatim.com untuk terus beradaptasi agar tetap relevan dan dapat mempertahankan daya tarik audiens. Dalam menghadapi tantangan tersebut, Beritajatim.com menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan langkah strategis yang efektif dan terarah. Sebagai bagian dari upaya perluasan audiens di era digital, Beritajatim.com secara aktif mengimplementasikan konvergensi media, yaitu dengan mengintegrasikan berbagai platform digital untuk mendistribusikan konten secara luas dan efisien. Konvergensi ini tidak hanya mencakup penyebaran berita melalui portal berita utama, tetapi juga pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, serta platform komunikasi seperti WhatsApp dan Telegram.

Berbagai format konten yang diadaptasi sesuai dengan karakteristik masing-masing platform, seperti video pendek di TikTok dan Instagram Reels, infografik untuk Instagram, serta podcast dan siaran langsung di YouTube dan Instagram Live, memungkinkan Beritajatim.com menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Melalui konvergensi ini, Beritajatim.com berhasil menyesuaikan konten dengan perilaku konsumsi digital audiens yang lebih memilih format interaktif, cepat, dan berbasis tren. Selain itu, pendekatan ini juga meningkatkan keterlibatan audiens dengan menawarkan konten yang lebih mudah diakses, memungkinkan Beritajatim.com memperluas pasar audiensnya sekaligus meningkatkan relevansi media di tengah persaingan digital yang ketat.

5. Daftar Pustaka

- AINI, C. S. (2024). *Strategi Penyajian Berita Di Portal Online Radarkediri. Javapos. Com* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Albarran, A. B. (2023). *The media economy*. Routledge.
- Amilia, S. N., Zahro, A. H., Sari, F. S. B., Maharanie, P., & Ikaningtyas, M. (2024). Pengembangan UMKM dalam strategi digitalisasi dan adaptasi terhadap perubahan era digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4). <https://doi.org/10.62281/v2i4.237>.
- Choliq, A. (2023). Disrupsi Digital Sebagai Ancaman Eksistensi Media Cetak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 163-178.
- Doyle, G. (2013). Understanding media economics.
- Ida, R. (2014). *Metode penelitian: Studi media dan kajian budaya*. Kencana.
- Ikhwan, M. (2021). Manajemen Media Kontemporer Mengelola Media Cetak. *Penyiaran Dan Digital, Kencana: Jakarta*.
- Mardhiyanto, R., & Muttaqien, M. (2023). Strategi Promosi Portal Berita Serayunews Dalam Membangun Brand Awareness. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 15(1), 1-26. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v15i1.19337>.
- Miles, M. B. (1994). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook. *Thousand Oaks*.
- Nabila, A. (2023). *STRATEGI PEMBERITAAN PORTAL BERITA MEDCOM. ID DALAM MENYAJIKAN BERITA YANG AKURAT* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Parwati, N., & Zain, A. B. N. (2020). Strategi redaksi dalam menjaga keakuratan dan kecepatan berita media online (studi kasus di detiknews. com jakarta). *Jurnal Ilmiah Pemberitaan*, 5(1), 44-60.

- Patrisia, P. A. S., Suryono, J., & Kusumawati, H. S. (2023). Strategi pemberitaan Sukoharjone.ws.com dalam menghadapi persaingan media berita online. *Media and Empowerment Communication Journal*, 2(2), 33-44.
- Rahmadhani, Y., & Lubis, E. E. (2017). *Strategi Branding Portal Online www. tripriau. com Dalam Membangun Brand awareness Sebagai Portal Online Pariwisata Provinsi Riau* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Riyanto, A. STRATEGI MEDIA CETAK LAMPUNG POST UNTUK BERTAHAN DI TENGAH MENJAMURNYA BERITA ONLINE. *Journal Media Public Relations*, 3(1), 14-27.
- Zebua, F. R. S. (2023). Analisis tantangan dan peluang guru di era digital. *Jurnal Informatika Dan Teknologi Pendidikan*, 3(1), 21-28. <https://doi.org/10.25008/jitp.v3i1.55>.