

**TRANSFORMASI MEDIA LOKAL DI ERA DIGITAL: STUDI
STRATEGI DISTRIBUSI KONTEN HARIAN WASPADA DI
FACEBOOK**

TESIS

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi*

Oleh:

GUSTAN

NPM : 2320040049



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA MEDAN
2025**

PENGESAHAN TESIS

Nama : GUSTAN

Nomor Pokok Mahasiswa : 2320040049

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Judul Tesis : **TRANSFORMASI MEDIA LOKAL DI ERA
DIGITAL: STUDI STRATEGI DISTRIBUSI
KONTEN HARIAN WASPADA DI FACEBOOK**

Pengesahan Tesis

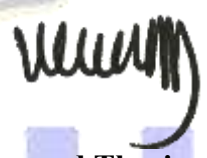
Medan, 15 Januari 2026

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II


Assoc. Prof. Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si

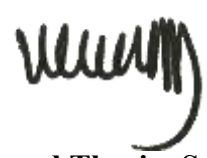

Dr. Muhammad Thariq, S.Sos., M.I.Kom

Diketahui

Direktur

Ketua Program Studi


Prof. Dr. Triono Eddy, S.H., M.Hum.


Dr. Muhammad Thariq, S.Sos., M.I.Kom

PENGESAHAN

TRANSFORMASI MEDIA LOKAL DI ERA DIGITAL: STUDI STRATEGI DISTRIBUSI KONTEN HARIAN WASPADA DI FACEBOOK

GUSTAN
2320040049

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tesis ini telah dipertahankan di Hadapan Komisi Penguji yang dibentuk oleh Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Dinyatakan Lulus dalam Ujian Tesis dan Berhak Menyandang Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) Pada Hari Sabtu, Tanggal 27 Oktober 2025

Komisi Penguji

1. **Assoc. Prof. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom**
Penguji I

1.....

2. **Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos., M.I.Kom**
Penguji II

2.....

3. **Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D**
Penguji III

3.....

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

SURAT PERNYATAAN

TRANSFORMASI MEDIA LOKAL DI ERA DIGITAL: STUDI STRATEGI
DISTRIBUSI KONTEN HARIAN WASPADA DI FACEBOOK

Dengan ini penulis menyatakan bahwa:

1. Tesis ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara benar merupakan hasil karya peneliti sendiri.
2. Tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara maupun di perguruan tinggi lain.
3. Tesis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Komisi Pembimbing dan masukan Tim Penguji.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang penulis sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 16 Januari

2026 Penulis,



Gustan

NPM. 2320040049

TRANSFORMASI MEDIA LOKAL DI ERA DIGITAL: STUDI STRATEGI DISTRIBUSI KONTEN HARIAN WASPADA DI FACEBOOK

**GUSTAN
NPM : 2320040049**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan dominasi media sosial telah mengubah pola produksi, distribusi, serta konsumsi informasi, yang berdampak signifikan terhadap keberlangsungan media cetak lokal. Harian Waspada, sebagai media lokal yang telah berdiri sejak 1947, menghadapi tantangan serius berupa penurunan oplah cetak, pergeseran audiens ke platform digital, serta tuntutan adaptasi terhadap algoritma dan logika distribusi media sosial. Kondisi ini menjadikan transformasi strategi distribusi konten bukan hanya sebagai pilihan, melainkan kebutuhan strategis untuk mempertahankan eksistensi dan relevansi media lokal di era digital. Fenomena tersebut menarik untuk diteliti karena mencerminkan dinamika adaptasi media lokal dalam menghadapi disrupsi digital yang umumnya lebih menguntungkan media nasional dan platform global. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi distribusi konten Harian Waspada di Facebook sebagai upaya transformasi media lokal di era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap tiga informan kunci, yaitu Redaktur Pelaksana, Editor Konten Digital, dan Admin Media Sosial. Analisis data mengacu pada Teori Konvergensi Media dan Teori Strategi Komunikasi yang menekankan integrasi teknologi, interaktivitas audiens, serta perencanaan komunikasi yang partisipatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harian Waspada melakukan transformasi digital melalui diversifikasi platform, dari media cetak ke portal daring Waspada.id dan pemanfaatan Facebook sebagai kanal utama distribusi konten. Strategi yang diterapkan meliputi pemilihan platform berbasis audiens lokal, penjadwalan publikasi sesuai waktu aktif pengguna, penyajian konten yang ringkas dan visual, serta penguatan interaksi dengan pembaca. Namun, proses ini juga dihadapkan pada keterbatasan sumber daya manusia digital, ketergantungan pada algoritma platform, serta tantangan menjaga kualitas jurnalistik di tengah tuntutan engagement. Penelitian ini menegaskan bahwa transformasi media lokal yang efektif menuntut adaptasi strategis yang berkelanjutan, integrasi teknologi digital, serta komitmen dalam menjaga nilai-nilai jurnanisme di tengah perubahan ekosistem media.

Kata kunci: Transformasi Media, Media Lokal, Konvergensi Digital, Facebook.

**LOCAL MEDIA TRANSFORMATION IN THE DIGITAL ERA:
A STUDY OF CONTENT DISTRIBUTION STRATEGY OF *HARIAN
WASPADA* ON FACEBOOK**

GUSTAN

NPM : 2320040049

ABSTRACT

The rapid development of digital technology and the dominance of social media platforms have fundamentally transformed the media landscape, particularly affecting the sustainability of local print newspapers. *Harian Waspada*, a local newspaper established in 1947, faces critical challenges such as declining print circulation, audience migration to digital platforms, and increasing dependence on social media algorithms for content distribution. These conditions make digital transformation not merely an option but a strategic necessity for local media to maintain relevance and survive in the digital era. This phenomenon is academically significant as it reflects how local media organizations negotiate structural limitations while competing with national media and global digital platforms. This study aims to analyze the content distribution strategy of *Harian Waspada* on Facebook as part of its digital media transformation. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving three key informants: the Managing Editor, Digital Content Editor, and Social Media Administrator. Data analysis is guided by Media Convergence Theory and Communication Strategy Theory, emphasizing technological integration, audience interactivity, and participatory communication planning. The findings indicate that *Harian Waspada* has implemented digital transformation through platform diversification, transitioning from print media to the online portal *Waspada.id* and utilizing Facebook as a primary content distribution channel. The strategies include selecting platforms aligned with local audience behavior, scheduling content publication based on peak user activity, optimizing content into concise and visually engaging formats, and fostering direct interaction with readers. However, these efforts are constrained by limited digital human resources, reliance on platform algorithms, and the challenge of maintaining journalistic quality amid engagement-driven pressures. This study concludes that the success of local media in the digital era depends on strategic adaptability, effective technological integration, and a strong commitment to journalistic values.

Keywords: Media Transformation, Local Media, Digital Convergence, Facebook.

KATA PENGANTAR

Syukur dan terima kasih saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat serta karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat saya selesaikan dengan baik. Karya ini menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik saya selama menempuh pendidikan pada Program Magister Ilmu Komunikasi, Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Pada kesempatan ini, saya juga ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang mendalam kepada Kedua orang tua, Alm.H.Muhammad Rosip Pasaribu dan Hj Umi Kalsum yang membesarkan dan mendidik sejak kecil sampai dewasa, dengan kesabaran doa doa nya telah memberikan kekuatan bagi saya menghadapi kehidupan. Teristimewa kepada istriku tercinta Vera Siska SE yang telah rela mendampingi menjalani kehidupan dalam suasana suka dan duka bersama ketiga anakku Intan Savira, Tiara Azura Pasa dan Rakha Wagus Pasaribu.

Saya juga ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Prof. Dr. Agussani, M.AP., atas dukungan dan kesempatan yang diberikan sehingga saya dapat menempuh pendidikan di perguruan tinggi ini, serta atas penyediaan fasilitas dan lingkungan akademik yang sangat kondusif bagi pengembangan ilmu pengetahuan saya.
2. Direktur Program Pascasarjana, Prof. Dr. Triono Eddy, S.H., M.Hum., beserta Wakil Direktur, atas perhatian dan kebijakan yang telah memungkinkan saya melaksanakan penelitian ini dengan lancar.

3. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi sekaligus Pembimbing Tesis saya, Dr. Muhammad Thariq, S.Sos., M.Ikom., atas arahan, masukan, serta dukungan yang bernilai penting dalam proses penyusunan penelitian ini.
4. Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, PPs UMSU, Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos., M.I.Kom.
5. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Periode sebelumnya, Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D., yang telah memfasilitasi berjalannya kegiatan akademik saya di universitas.
6. Wakil Rektor III sekaligus Pembimbing Pertama saya, Assoc. Prof. Rudianto Nurdin, S.Sos., M.Si., yang telah membimbing dan mengarahkan tugas akhir saya menjadi penelitian yang utuh sesuai standar akademis.
7. Teman seperjuangan, Roynanda Sinaga dan OK Dedy Arwansyah yang bersama-sama berjuang menyelesaikan studi magister serta rekan rekan Mahasiswa seangkatan di Pasca Sarjana Megister Ilmu Komunikasi Reguler B UMSU.
8. Pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini, khususnya para informan dan orang-orang yang menjadi tempat saya bertukar pikiran seperti abangda Edward Tahir, Rum Ahmad Yusuf, Rizaldi Anwar, Abdul Afandi dan Novi.
9. Para Dosen yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna selama perkuliahan. Setiap materi yang diajarkan tidak hanya memperkaya wawasan saya, tetapi juga memperdalam pemahaman saya dalam bidang ilmu yang saya tekuni. Terimakasih atas segala kontribusi yang telah diberikan.

Akhirnya, saya berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi media massa dan media digital.

Medan, 01 Nopember 2025

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Gustan', written in a cursive style.

Gustan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Pembatasan Masalah	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Media Cetak Harian Waspada	9
2.2. Media Digital	13
2.2.1. Konsep Media Digital	13
2.2.2. Jenis Jenis Media Digital	14
2.2.3. Media Sosial.....	16
2.3. Transformasi Media Di Era Digital.....	18
2.3.1. Kovergensi Teknologi	20
2.3.2. Digitalisasi Konten.....	21
2.3.3. Interaktivitas.....	22
2.3.4. Kecepatan dan aksesibilitas informasi	23
2.3.5. Pergeseran pola konsumsi media	25
2.4. Media Lokal	26

2.5.	Landasan Teori	28
2.5.1.	Teori Konvergensi Media.....	28
2.5.2.	Teori Strategi Komunikasi	30
2.6.	Kajian Penelitian Terdahulu	32
2.7.	Kerangka Berpikir.....	41
BAB III.	METODE PENELITIAN	44
3.1.	Pendekatan Penelitian	44
3.2.	Subjek dan Objek Penelitian	45
3.3.	Informan Penelitian.....	45
3.4.	Kategorisasi Penelitian.....	46
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.	Teknik Analisis Data	48
3.8.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50
BAB IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1.	Hasil Penelitian	51
4.1.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	51
4.1.2.	Strategi Distribusi Konten Harian Waspada di Facebook.....	54
4.2.	Pembahasan.....	78
4.2.1.	Transformasi dan Konvergensi Media	78
4.2.2.	Strategi Komunikasi dalam Distribusi Konten	84
BAB V.	SIMPULAN DAN SARAN	88
5.1.	Simpulan	88
5.2.	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....		91
LAMPIRAN.....		96

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Informan Penelitian	46
Tabel 3.2. Kategorisasi Penelitian	46
Tabel 3.3. Waktu Pelaksanaan Penelitian	50
Tabel 4.1. Skema Peran dalam Transformasi Media.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Diagram Kerangka Berpikir	42
Gambar 4.2. Tampilan Media Online Waspada id	52
Gambar 4.3. Tampilan Media Sosial Waspada id	53
Gambar 4.4. Tampilan Halaman dan Insight Facebook Waspada id.....	55
Gambar 4.5. Penjadwalan Publikasi Konten Berita di Facebook Waspada id	57
Gambar 4.6. Format Konten Facebook Waspada id.....	60
Gambar 4.7. Format Konten Facebook Waspada id.....	61
Gambar 4.8. Format Konten Facebook Waspada id.....	62
Gambar 4.9. Format Konten Facebook Waspada id.....	62
Gambar 4.10. Format Konten Facebook Waspada id.....	63
Gambar 4.11. Format Konten Facebook Waspada id.....	66
Gambar 4.12. Format Konten Facebook Waspada id.....	66
Gambar 4.13. Observasi Kinerja Editor Konten di Ruang Redaksi.....	69
Gambar 4.14. Observasi Kinerja Admin Media Sosial Waspada id. di Ruang Redaksi.....	72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Transformasi digital telah memicu gelombang perubahan besar dalam lanskap komunikasi dan informasi. Kehadiran teknologi digital menggeser cara berita diproduksi, didistribusikan, dan diakses oleh publik. Media tidak lagi terbatas pada format cetak atau siaran konvensional, melainkan beradaptasi dengan platform daring yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, luas, dan interaktif. Perubahan ini membuka ruang baru bagi partisipasi audiens, sekaligus menciptakan pola konsumsi berita yang semakin personal dan berbasis kebutuhan individu.

Pergeseran dari media konvensional ke media digital tidak semata-mata merupakan perubahan teknis. Fenomena ini menyentuh dimensi budaya, sosial, dan ekonomi yang mendalam. Cara masyarakat berinteraksi dengan berita, nilai-nilai yang dibawa dalam proses produksi konten, hingga model bisnis media mengalami transformasi signifikan. Digitalisasi bukan hanya mengubah saluran penyampaian informasi, tetapi juga membentuk ulang ekosistem media itu sendiri, menciptakan tantangan sekaligus peluang bagi pelaku industri.

Di tengah era disrupsi teknologi ini, media dituntut untuk lebih adaptif, cepat, dan relevan terhadap kebutuhan audiens yang semakin dinamis. Jika sebelumnya masyarakat mengandalkan media cetak dan siaran sebagai sumber utama, kini mereka lebih memilih informasi yang mudah diakses melalui gawai dan platform digital (SD Fajarini dkk. (2025).

Perubahan ini menuntut media untuk mampu menyesuaikan cara kerja mereka secara menyeluruh, termasuk dari sisi kecepatan pemberitaan, gaya penyajian, dan bentuk keterlibatan dengan pembaca secara langsung melalui komentar dan reaksi di media sosial.

Media lokal, sebagai penyedia informasi berbasis daerah, menghadapi tantangan ganda. Di satu sisi, mereka harus tetap menjaga kedekatan dan kepercayaan masyarakat lokal. Di sisi lain, mereka juga dituntut untuk berkompetisi di ranah digital yang dipenuhi oleh media nasional dan platform informasi global. Ketimpangan sumber daya dan akses teknologi menjadi hambatan tersendiri bagi media lokal dalam menjalankan transformasi digital yang berkelanjutan (Simanjuntak & Widodo, 2025).

Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia telah mendorong media untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana utama distribusi konten. Menurut data terbaru, media sosial seperti Facebook termasuk dalam jajaran teratas platform yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk mengakses informasi (Syafriana et al., 2024). Kondisi ini mendorong media untuk mengalihkan fokus dari distribusi fisik ke distribusi berbasis algoritma dan keterlibatan pengguna.

Statistik pengguna internet di Indonesia menunjukkan kecenderungan masyarakat untuk mengonsumsi konten dari media sosial dibandingkan mengakses langsung situs web berita (Rosemarwati et al., 2019). Hal ini menyebabkan distribusi informasi menjadi semakin bergantung pada platform pihak ketiga yang memiliki kontrol atas algoritma dan jangkauan. Dengan kata lain, keberhasilan

distribusi konten bukan hanya ditentukan oleh kualitas berita, tetapi juga oleh seberapa baik media memahami mekanisme platform digital yang digunakan.

Tantangan tersebut menjadi lebih kompleks karena mereka tidak hanya bersaing dengan media besar atau nasional, tetapi juga dengan influencer, content creator, dan akun-akun berbasis komunitas yang kini turut menjadi sumber informasi bagi publik. Di tengah kompetisi yang makin padat ini, media lokal harus menemukan posisi dan karakteristik unik mereka, termasuk dalam narasi lokal yang tidak dapat diangkat oleh media nasional. Namun, mereka juga harus mampu mengemas narasi tersebut dalam bentuk yang menarik secara digital agar tetap kompetitif di media sosial.

Harian Waspada, sebagai salah satu surat kabar tertua di Sumatera Utara yang telah hadir sejak tahun 1947, tidak lepas dari tantangan tersebut. Dengan reputasi historis yang kuat, media ini memiliki tanggung jawab untuk tetap relevan di tengah perubahan perilaku konsumsi informasi. Maka, berbagai upaya dilakukan untuk mentransformasikan pola distribusi konten mereka ke kanal digital, termasuk melalui media sosial populer seperti Facebook

Kehadiran Harian Waspada sebagai institusi pers lokal yang telah bertahan lebih dari tujuh dekade menunjukkan kekuatan historis dan akar budaya yang kuat di Sumatera Utara. Namun, kekuatan historis saja tidak cukup di tengah era yang menuntut inovasi berkelanjutan. Masyarakat kini tidak hanya menilai media dari kredibilitasnya, tetapi juga dari kecepatan dan kreativitas penyampaian informasi. Oleh karena itu, transisi ke platform digital seperti Facebook menjadi upaya strategis Harian Waspada untuk tetap relevan dan kompetitif

Pemanfaatan Facebook oleh Harian Waspada menjadi bagian dari strategi adaptasi digital yang menarik untuk dikaji. Platform ini memiliki karakteristik dan basis pengguna tertentu, sehingga menuntut pendekatan distribusi konten yang tepat. Harian Waspada tidak terlepas juga dari kecenderungan audiens lokal yang aktif di platform tersebut. Facebook, dengan basis pengguna yang lebih luas dan cenderung lintas usia, menjadi medium utama untuk menyebarkan berita secara masif.

Distribusi konten melalui media sosial tidak hanya sekadar memindahkan berita cetak ke ruang digital (Fajarini et al., 2025a). Ia memerlukan pengemasan ulang pesan, pemanfaatan visual, interaktivitas, serta pemahaman terhadap algoritma platform. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi tim redaksi Harian Waspada dalam menjaga kualitas jurnalistik sekaligus memenuhi ekspektasi pengguna media sosial yang cenderung menyukai konten singkat, menarik, dan mudah dibagikan.

Konten berita yang selama ini berbasis teks panjang harus diubah menjadi bentuk yang lebih visual, ringkas, dan mudah dibagikan. Proses ini memerlukan keahlian baru dalam produksi konten digital, seperti desain grafis, copywriting singkat, hingga manajemen interaksi di kolom komentar. Artinya, tim redaksi dituntut untuk keluar dari pola kerja jurnalistik konvensional dan menguasai kemampuan multiplatform yang sebelumnya tidak menjadi prioritas utama.

Transformasi digital juga membawa perubahan struktural dalam organisasi media (Wulan et al., 2024). Tidak hanya wartawan yang harus beradaptasi, tetapi juga bagian manajemen, redaktur, dan teknisi. Sistem kerja menjadi lebih

kolaboratif dan berbasis data analitik, di mana setiap konten yang dipublikasikan akan dievaluasi berdasarkan respons audiens dan insight media sosial. Harian Waspada, dalam proses ini, harus membangun ekosistem digital yang terintegrasi agar proses distribusi konten tidak berjalan secara terpisah antara redaksi dan pengelola media sosial.

Selain tantangan, tentu terdapat peluang besar dalam transformasi ini. Media sosial memungkinkan media lokal untuk menjangkau audiens yang lebih luas, bahkan lintas wilayah. Dengan strategi yang tepat, Harian Waspada berpotensi meningkatkan eksistensi dan pengaruhnya tidak hanya di Sumatera Utara, tetapi juga di tingkat nasional dan diaspora masyarakat daerah yang tersebar.

Pemanfaatan media sosial sebagai alat distribusi informasi juga memiliki sisi kritis, seperti risiko penyebaran hoaks, komentar negatif, dan tekanan dari algoritma yang cenderung mengedepankan sensasionalisme. Oleh karena itu, strategi distribusi konten yang dilakukan oleh Harian Waspada perlu dianalisis tidak hanya dari segi teknis, tetapi juga dari aspek etis dan jurnalisme berkualitas.

Tantangan baru juga muncul dari segi etika jurnalistik. Dalam upaya mengejar keterlibatan dan jangkauan di media sosial, ada kecenderungan media untuk memilih konten yang provokatif atau sensasional. Hal ini berisiko menggerus nilai-nilai jurnalistik seperti akurasi, keberimbangan, dan kedalaman informasi. Oleh karena itu, strategi distribusi konten harus tetap berpijak pada prinsip profesionalisme dan integritas redaksional, meskipun berada dalam ekosistem yang sangat kompetitif.

Melalui penelitian ini, pemahaman terhadap strategi Harian Waspada dalam distribusi konten digital akan memperkaya diskursus tentang masa depan media lokal di Indonesia. Dengan menganalisis praktik distribusi konten di Facebook , studi ini tidak hanya membahas soal teknis penyebaran informasi, tetapi juga dimensi sosial, ekonomi, dan budaya dari transformasi media lokal. Harapan besarnya adalah agar media lokal dapat terus memainkan peran penting dalam demokrasi informasi di era digital tanpa kehilangan akar lokalitas dan nilai-nilai jurnalistik yang mereka perjuangkan sejak awal.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas dapat ditentukan rumusan masalah yakni :

1. Bagaimana strategi distribusi konten Harian Waspada di Facebook ?
2. Apa saja tantangan dan peluang yang dihadapi Harian Waspada dalam mendistribusikan konten di platform media sosial tersebut?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis strategi distribusi konten Harian Waspada di Facebook .
2. Mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam pendistribusian konten media lokal di platform digital.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya pengembangan teori komunikasi digital, terutama dalam ranah distribusi konten media lokal di media sosial. Kajian mengenai strategi distribusi konten Harian Waspada di Facebook memberi kontribusi penting dalam memahami bagaimana media lokal beradaptasi dengan logika algoritmik dan dinamika partisipasi audiens di ruang digital. Penelitian ini bukan hanya memperluas literatur tentang komunikasi digital, tetapi juga memberikan dasar konseptual bagi studi lanjutan mengenai transformasi media di tingkat lokal.

1.4.2. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini dapat berfungsi sebagai rujukan ilmiah bagi mahasiswa, dosen, maupun peneliti di bidang komunikasi media, jurnalisme digital, serta transformasi media lokal. Hasil penelitian ini menyajikan data empiris sekaligus analisis yang dapat dipakai sebagai bahan pembelajaran, diskusi, atau pengembangan kurikulum di perguruan tinggi. Dengan begitu, penelitian ini memperkuat peran dunia akademik dalam menyediakan kerangka analitis yang relevan untuk menjawab tantangan komunikasi di era digital.

1.4.3. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberi wawasan strategis bagi pengelola Harian Waspada maupun media lokal lainnya dalam merancang strategi distribusi konten yang lebih efektif. Rekomendasi yang dihasilkan dapat membantu redaksi dan manajemen media memahami cara mengoptimalkan penggunaan Facebook,

mengelola interaksi dengan audiens, dan menjaga relevansi di tengah persaingan media digital. Dengan memanfaatkan hasil penelitian ini, media lokal diharapkan dapat meningkatkan daya saing sekaligus mempertahankan nilai-nilai jurnalistik dalam menghadapi ekosistem digital yang semakin kompetitif.

1.5. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada strategi distribusi konten editorial Harian Waspada pada platform media sosial, yaitu Facebook, selama periode penelitian. Penelitian tidak mencakup analisis konten iklan atau promosi berbayar mengingat keterbatasan waktu penelitian dan memberikan fokus kepada materi yang lebih relevan terhadap konteks media sosial facebook.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Media Cetak Harian Waspada

Sebagai salah satu media cetak tertua di Sumatera Utara, Harian Waspada memiliki posisi penting dalam sejarah pers daerah. Usianya yang panjang menjadi indikator bahwa surat kabar ini tidak hanya sekadar hadir sebagai produk informasi, melainkan juga sebagai institusi sosial yang memiliki akar historis mendalam.

Dalam literatur komunikasi, keberlangsungan media lokal yang berusia panjang sering dikaitkan dengan daya adaptasi terhadap perubahan lingkungan politik, sosial, dan ekonomi (Fajarini et al., 2025b). Eksistensi Waspada memperlihatkan bagaimana sebuah media cetak lokal mampu membangun legitimasi dan otoritasnya di tengah kompetisi media yang dinamis.

Berdiri sejak 1947, surat kabar ini lahir dalam konteks perjuangan pasca-kemerdekaan dengan semangat nasionalisme yang kuat. Momentum kelahirannya menempatkan Harian Waspada sebagai bagian dari gerakan sosial-politik bangsa yang baru merdeka, di mana media memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas nasional. Kehadiran media di masa itu bukan hanya sarana informasi, tetapi juga alat komunikasi perjuangan dan pengikat solidaritas masyarakat daerah terhadap agenda nasional. Media berperan dalam membentuk *imagined community*, di mana pembaca yang tersebar secara geografis merasa terhubung melalui wacana bersama (Subria Mamis, 2025). Hal ini tercermin pada peran awal

Waspada yang tidak sekadar melaporkan fakta, tetapi ikut mengartikulasikan semangat kebangsaan.

Perannya tidak hanya sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai instrumen perjuangan politik dan sosial pada masa awal Republik. Fungsi ganda ini memperlihatkan bahwa Harian Waspada tidak bisa dipisahkan dari proses pembangunan bangsa, khususnya dalam membangun opini publik dan mengkonsolidasikan aspirasi rakyat Sumatera Utara. Media merupakan arena diskursus publik di mana wacana sosial dan politik diperdebatkan (Anang Sujoko, 2020).

Waspada menyediakan ruang bagi masyarakat untuk memahami dinamika politik dan turut serta dalam proses demokrasi awal. Dengan demikian, surat kabar ini dapat dipandang bukan hanya sebagai institusi pers, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial.

Keberadaan Harian Waspada menjadi simbol keberlangsungan pers lokal yang bertahan di tengah dinamika politik, ekonomi, dan teknologi komunikasi yang terus berubah . Bertahannya media ini menunjukkan kemampuan beradaptasi terhadap tekanan zaman, mulai dari era otoritarian Orde Baru hingga transisi ke demokrasi pasca-1998, serta pergeseran besar menuju era digital.

Harian Waspada menempati posisi penting sebagai representasi jurnalisme daerah yang mengartikulasikan kepentingan masyarakat Sumatera Utara. Sebagai media yang berakar di wilayahnya, *Waspada* tidak hanya menjalankan fungsi pemberitaan, tetapi juga berperan dalam melestarikan nilai-nilai sosial dan kultural yang hidup di tengah masyarakat.

Keberadaannya membantu menjaga kontinuitas narasi lokal agar tidak tenggelam dalam arus besar pemberitaan nasional yang sering kali lebih terfokus pada pusat kekuasaan dan kota-kota besar. Dengan demikian, *Waspada* hadir sebagai jembatan informasi antara masyarakat lokal dan lingkup publik yang lebih luas.

Fungsi sosial media lokal tidak hanya terletak pada penyampaian informasi, melainkan juga dalam membangun kedekatan emosional dengan komunitasnya (Sehat et al., 2017). Media seperti *Waspada* berfungsi sebagai ruang komunikasi yang menyalurkan isu-isu yang relevan dengan kebutuhan daerah, mulai dari politik lokal, pembangunan, hingga dinamika budaya dan tradisi masyarakat.

Peran ini membuat media lokal memiliki karakteristik yang berbeda dari media arus utama, karena kedekatannya dengan audiens memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih personal dan akrab. Hal ini memperkuat legitimasi media lokal sebagai aktor penting dalam menjaga partisipasi dan keterlibatan masyarakat.

Perspektif Anderson tentang *imagined communities* semakin menegaskan fungsi *Harian Waspada* dalam membangun identitas kolektif masyarakat Sumatera Utara. Melalui pemberitaan yang konsisten mengenai isu-isu daerah, pembaca yang tersebar di berbagai lokasi dapat merasa terhubung oleh kesamaan wacana dan pengalaman sosial.

Surat kabar ini tidak hanya menjadi sumber informasi, melainkan juga sarana yang memungkinkan masyarakat membayangkan dirinya sebagai bagian dari komunitas yang lebih besar. Dengan demikian, peran *Waspada* melampaui batas jurnalisme informatif, menjadi agen pembentuk kesadaran sosial yang

mengikat identitas kultural masyarakat Sumatera Utara dalam satu ruang publik bersama.

Sebagai respon atas pergeseran pola konsumsi informasi masyarakat, *Harian Waspada* menunjukkan kesadaran akan pentingnya beradaptasi melalui kehadiran media daring *Waspada.id*. Kehadiran platform digital ini membuka ruang baru bagi distribusi berita yang lebih cepat, interaktif, dan mampu menjangkau khalayak yang tidak lagi mengandalkan koran cetak. Hal ini juga memperlihatkan bahwa media lokal dapat melakukan transformasi dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk mempertahankan relevansinya di tengah arus digitalisasi yang kian dominan.

Selain membangun portal daring, pemanfaatan jejaring sosial seperti Facebook menjadi strategi penting yang dilakukan *Waspada*. Platform ini berfungsi sebagai medium komunikasi dua arah, di mana audiens tidak hanya mengakses berita tetapi juga dapat berinteraksi langsung melalui komentar, berbagi, maupun tanggapan lainnya.

Menurut Jenkins (2006), ruang partisipasi audiens dalam ekosistem digital menciptakan *convergence culture*, di mana batas antara produsen dan konsumen berita semakin kabur (*Henry Jenkins Convergence Culture Where Old and New Media Collide*, 2006). Strategi ini membuat *Waspada* tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga membangun keterhubungan yang lebih intens dengan pembacanya.

Diversifikasi media yang dilakukan menunjukkan bahwa menjaga relevansi di era digital bukan semata persoalan mempertahankan oplah cetak, melainkan

bagaimana memperluas kanal distribusi agar konten tetap hadir di ruang publik. Dengan mempertahankan format cetak sebagai simbol tradisi sekaligus memperkuat distribusi berita digital, *Waspada* menampilkan wajah ganda media lokal yang adaptif.

Model ini menegaskan adanya proses hibridisasi dalam dunia pers, di mana tradisi jurnanisme cetak berpadu dengan inovasi digital untuk memenuhi kebutuhan audiens yang semakin beragam.

2.2. Media Digital

2.2.1. Konsep Media Digital

Media digital adalah segala bentuk media yang tersaji, disimpan, diproses, dan didistribusikan dalam format digital menggunakan teknologi berbasis komputer dan jaringan internet (Sosioteknologi & 2017). Media digital merupakan bentuk media yang memanfaatkan format digital untuk penyajian, penyimpanan, pemrosesan, dan distribusi informasi. Penekanan ini penting karena menunjukkan bahwa transformasi media dari bentuk analog ke digital bukan sekadar perubahan tampilan, tetapi juga perubahan mendasar dalam infrastruktur teknologi yang digunakan.

Dengan teknologi berbasis komputer dan internet, media digital mampu mengintegrasikan berbagai format konten seperti teks, gambar, audio, dan video dalam satu platform. Hal ini membuka peluang bagi penyebaran informasi yang lebih cepat, luas, dan efisien

Media ini memanfaatkan representasi data dalam bentuk biner (0 dan 1) sehingga konten dapat diolah secara cepat, mudah diperbanyak, serta diakses secara luas melalui perangkat elektronik seperti komputer, telepon pintar, atau tablet (L. L.-, Society, C. &, & 2009). Media digital bekerja melalui representasi data yang memungkinkan konten diproses secara cepat, diperbanyak tanpa kehilangan kualitas, dan diakses secara global melalui berbagai perangkat elektronik.

Perspektif ini menegaskan bahwa keunggulan media digital terletak pada sifatnya yang mudah direplikasi dan disebarluaskan tanpa batas geografis. Kemampuan ini mempercepat arus informasi dan memudahkan masyarakat untuk mengakses berita, hiburan, maupun pengetahuan kapan saja dan di mana saja.

Media digital bukan hanya sebagai saluran distribusi informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial, ekonomi, politik, dan budaya (McQuail & Deuze, 2020). Pandangan ini memperluas pemahaman bahwa media digital memiliki fungsi ganda: menyampaikan informasi dan memfasilitasi komunikasi dua arah antara produsen dan konsumen konten. Dengan karakteristik interaktifnya, media digital memungkinkan audiens untuk tidak sekadar menjadi penerima pasif, tetapi juga berperan aktif dalam memproduksi, membagikan, dan menanggapi informasi. Hal ini menciptakan ekosistem komunikasi yang lebih dinamis dan partisipatif.

2.2.2. Jenis Jenis Media Digital

Berdasarkan fungsi dan bentuknya, media digital dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis utama yang mencerminkan keragaman saluran komunikasi dalam ekosistem digital. Pertama, media digital informasi adalah platform yang berfokus pada penyediaan informasi kepada publik melalui portal berita, situs web

resmi, maupun aplikasi berbasis informasi. Contoh yang paling menonjol antara lain Kompas.com, BBC Online, dan Detik.com. Jenis media ini menekankan kredibilitas dan aktualitas informasi, sehingga menjadi rujukan utama masyarakat dalam memperoleh berita.

Kedua, media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna membuat, membagikan, sekaligus berinteraksi dengan konten secara daring. Facebook, Instagram, TikTok, dan X (Twitter) adalah contoh yang saat ini paling dominan digunakan. Media sosial menjadi relevan dalam konteks penelitian ini karena perannya yang sangat signifikan dalam mendistribusikan berita secara cepat dan interaktif, termasuk bagi media lokal seperti Harian Waspada.

Ketiga, media streaming adalah layanan yang menyajikan konten audio maupun video secara langsung tanpa perlu diunduh terlebih dahulu. YouTube, Spotify, dan Netflix merupakan contoh yang populer. Kehadiran media ini memperlihatkan bagaimana konsumsi informasi masyarakat semakin bergeser ke arah konten visual dan audio, yang juga berimplikasi pada strategi distribusi media massa.

Keempat, blog dan website pribadi dikelola oleh individu maupun kelompok untuk membagikan opini, artikel, atau portofolio. Medium, Blogspot, dan WordPress menjadi sarana yang memberi ruang lebih personal sekaligus partisipatif dalam distribusi konten digital.

Kelima, e-book dan publikasi digital mencakup buku, majalah, maupun jurnal ilmiah yang diterbitkan dalam format digital sehingga dapat diakses melalui

berbagai perangkat elektronik. Google Books, ePub, dan PDF jurnal daring merupakan contoh bentuk publikasi yang mendukung penyebaran pengetahuan secara luas.

Keenam, aplikasi mobile yang berbasis smartphone digunakan untuk berbagai kebutuhan mulai dari berita, hiburan, hingga pendidikan. Contoh aplikasinya adalah LINE Today, Flipboard, dan Kindle. Aplikasi jenis ini semakin memperkuat tren mobilitas konsumsi media, di mana masyarakat dapat mengakses informasi kapan pun dan di mana pun.

Dengan demikian, ragam jenis media digital tersebut menunjukkan bahwa transformasi komunikasi di era digital tidak hanya terkait peralihan platform, tetapi juga mencerminkan pergeseran budaya konsumsi informasi masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, media sosial khususnya Facebook menjadi objek penting untuk dianalisis karena posisinya sebagai kanal distribusi utama yang digunakan oleh Harian Waspada dalam mempertahankan relevansi di tengah ekosistem media yang kompetitif.

2.2.3. Media Sosial

Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan berinteraksi dengan konten secara daring (Kaplan, 2015). Berbeda dengan media massa konvensional, media sosial bersifat interaktif dan partisipatif, di mana pengguna dapat berperan ganda sebagai konsumen sekaligus produsen konten. Media sosial juga memfasilitasi komunikasi dua arah dan seringkali berbasis komunitas, sehingga membentuk jaringan sosial yang dinamis di ruang digital.

Media sosial kini menjadi salah satu infrastruktur komunikasi utama di masyarakat global. Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat setiap tahun, platform ini menjadi pusat interaksi sosial, pemasaran, kampanye politik, hingga gerakan sosial. Keberadaannya telah mengubah pola konsumsi media dari sekadar mengakses informasi menjadi ikut memproduksi dan mempengaruhi arus informasi. Selain itu, media sosial juga menjadi ruang identitas digital, di mana individu atau kelompok dapat membangun citra, reputasi, dan hubungan sosial melalui interaksi daring.

Ada beberapa Konsep dan Karakteristik dari Media Sosial :

a. Facebook

Facebook adalah platform jejaring sosial yang diluncurkan pada 2004 oleh Mark Zuckerberg. Konsep dasarnya adalah menghubungkan orang-orang secara daring melalui profil pribadi, daftar teman, dan fitur berbagi status, foto, video, serta tautan. Facebook menekankan koneksi antar individu dan komunitas, serta memiliki algoritma yang mempersonalisasi konten berdasarkan interaksi pengguna. Selain untuk interaksi sosial, Facebook juga menjadi sarana bisnis, periklanan, dan penyebaran berita.

b. Instagram

Instagram, diluncurkan pada 2010 dan diakuisisi oleh Facebook pada 2012, berfokus pada berbagi konten visual berupa foto dan video. Platform ini menonjolkan estetika, kreativitas, dan storytelling visual. Fitur-fitur seperti Stories, Reels, dan IGTV memperluas bentuk interaksi, sedangkan penggunaan tagar (#) memungkinkan konten menjangkau audiens yang lebih luas. Instagram sering

digunakan untuk membangun branding personal maupun bisnis, terutama di sektor kreatif, fashion, kuliner, dan pariwisata.

c. TikTok

TikTok, yang dikembangkan oleh ByteDance pada 2016, adalah platform berbasis video pendek dengan durasi rata-rata 15–60 detik. Konsepnya menekankan konten hiburan cepat dan viral, yang diperkuat dengan algoritma rekomendasi canggih berbasis kecerdasan buatan. TikTok sangat populer di kalangan generasi muda karena kemudahan membuat konten, efek kreatif, dan tantangan viral (challenge). Selain hiburan, TikTok mulai dimanfaatkan untuk edukasi, promosi produk, dan kampanye sosial.

d. X (Twitter)

X, sebelumnya dikenal sebagai Twitter, adalah platform microblogging yang diluncurkan pada 2006. Konsep awalnya adalah berbagi pesan singkat (tweet) maksimal 140 karakter (kini 280 karakter) yang bersifat publik. X dikenal sebagai media percakapan real-time yang sering digunakan untuk berita terkini, opini publik, dan diskusi topik hangat (trending topic). Keunggulannya adalah kecepatan penyebaran informasi, meskipun hal ini juga berisiko memicu penyebaran informasi yang belum terverifikasi.

2.3. Transformasi Media Di Era Digital

Transformasi digital dalam konteks media merujuk pada perubahan menyeluruh yang dialami lembaga media dalam memproduksi, mendistribusikan, dan menyampaikan konten berita akibat kemajuan teknologi informasi dan

komunikasi. Transformasi ini tidak hanya menyangkut perubahan alat atau platform, tetapi juga menyentuh aspek struktural dan kultural dari institusi media itu sendiri (Mardhiyyah, 2023a). Media yang sebelumnya berbasis cetak dan penyiaran kini dituntut beradaptasi ke format digital untuk menjangkau audiens yang semakin terkoneksi secara daring.

Teknologi digital telah mengubah wajah industri media secara radikal. Dengan kemudahan akses internet dan perangkat mobile, masyarakat kini bisa memperoleh informasi kapan saja dan di mana saja. Hal ini memicu penurunan tajam pada konsumsi media cetak tradisional, termasuk koran harian lokal. Di sisi lain, teknologi digital juga membuka peluang bagi media untuk menjangkau lebih banyak pembaca melalui platform daring, meski sering kali diiringi dengan tantangan terkait monetisasi konten dan persaingan algoritmik.

Perubahan pola produksi berita tampak pada cara kerja redaksi yang kini harus cepat, responsif, dan multiformat. Wartawan tidak lagi hanya menulis untuk koran cetak, tetapi juga harus menghasilkan konten untuk website dan media sosial, lengkap dengan elemen visual, video, hingga infografis. Di sisi distribusi, media mengandalkan kanal digital seperti situs web, aplikasi mobile, dan media sosial untuk menyebarluaskan berita mereka. Sedangkan dalam konsumsi berita, publik cenderung memilih sumber informasi yang cepat, ringkas, dan dapat diakses melalui perangkat pintar mereka.

Ada beberapa kategori yang dapat dikaitkan dengan proses transformasi media di era digital yakni :

2.3.1. Konvergensi Teknologi

Ciri utama transformasi media adalah konvergensi teknologi, yaitu proses penggabungan berbagai bentuk media, platform, dan teknologi dalam satu ekosistem digital. Konvergensi memungkinkan media cetak, radio, televisi, dan internet beroperasi secara terintegrasi sehingga batas antara media lama dan media baru menjadi semakin kabur. Jenkins mendefinisikan media convergence sebagai aliran konten di berbagai platform media dan kerja sama antar industri media dengan partisipasi aktif audiens dalam proses produksi dan distribusi informasi (Henry Jenkins *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*, 2006). Dengan kata lain, konvergensi bukan hanya soal teknis, tetapi juga soal budaya konsumsi dan partisipasi publik.

Pada *Harian Waspada*, konvergensi teknologi terlihat dari cara mereka menggabungkan edisi cetak dengan portal daring *Waspada.id* dan distribusi konten melalui media sosial seperti Facebook. Satu berita yang ditulis untuk cetak bisa diadaptasi menjadi artikel online, kemudian dipromosikan di media sosial dengan format ringkas, foto, atau video. Hal ini sesuai dengan pandangan Fagerjord & Storsul (2007) yang menyebut konvergensi media sebagai “the cooperation and combination of previously separate media technologies and industries.” (kerja sama dan penggabungan dari teknologi serta industri media yang sebelumnya terpisah.) (Fagerjord & Storsul, 2007). *Waspada* dapat memanfaatkan konvergensi untuk memperluas jangkauan dan menyesuaikan diri dengan pola konsumsi audiens yang serba digital.

Konvergensi teknologi juga mengubah proses kerja internal media. Reporter, editor, desainer, dan admin media sosial kini harus bekerja secara terhubung lintas platform. Audiens pun semakin terbiasa mengakses informasi melalui perangkat yang sama misalnya smartphone untuk membaca berita, menonton video, atau mendengar podcast. Hal ini sejalan dengan pendapat Deuze bahwa konvergensi media tidak hanya soal distribusi, tetapi juga menyangkut perubahan organisasi, produksi konten, dan interaksi dengan audiens (Deuze & 2007, 2007). Jadi, konvergensi teknologi menjadikan Harian Waspada lebih adaptif dalam menghadapi kompetisi, sekaligus menjaga relevansinya di era digital yang menuntut kecepatan, fleksibilitas, dan integrasi lintas platform.

2.3.2. Digitalisasi Konten

Distribusi konten adalah proses menyebarluaskan atau membagikan materi informasi, baik dalam bentuk teks, gambar, audio, maupun video, kepada audiens melalui berbagai saluran komunikasi. Dalam konteks media massa, distribusi konten merupakan tahapan penting setelah produksi berita, karena menentukan sejauh mana pesan yang disampaikan dapat sampai dan diterima oleh khalayak sasaran. Tanpa strategi distribusi yang tepat, konten yang sudah diproduksi dengan baik bisa saja tidak menjangkau audiens yang diinginkan.

Digitalisasi Konten dalam era digital, distribusi konten tidak lagi terbatas pada media cetak atau siaran, tetapi telah meluas ke berbagai platform daring seperti website, aplikasi berita, media sosial (seperti Facebook, Instagram, X/Twitter), YouTube, hingga layanan pesan instan seperti WhatsApp atau Telegram. Hal ini membuat distribusi konten menjadi lebih dinamis dan cepat, tetapi juga menuntut

media untuk memahami karakteristik tiap platform agar konten yang dibagikan sesuai dengan perilaku konsumsi pengguna di masing-masing kanal.

Distribusi konten juga melibatkan pemilihan waktu, format, dan gaya penyampaian yang disesuaikan dengan platform dan segmen audiens tertentu. Misalnya, konten untuk Instagram perlu visual yang menarik dan ringkas, sedangkan konten untuk Facebook memungkinkan narasi yang lebih panjang dan diskusi interaktif di kolom komentar. Oleh karena itu, distribusi konten tidak bisa dilakukan secara sembarangan, melainkan perlu strategi yang berbasis pada data, algoritma platform, serta pemahaman terhadap tren audiens.

Dalam konteks media massa, terutama media lokal seperti Harian Waspada, distribusi konten menjadi ujung tombak keberlangsungan eksistensi mereka di ruang digital. Dengan keterbatasan sumber daya dan persaingan dari media besar atau agregator berita, media lokal harus cerdas mengatur bagaimana dan di mana mereka menyebarkan berita agar tetap menjangkau pembaca setia sekaligus menarik audiens baru. Media sosial menjadi pilihan strategis karena bersifat murah, luas jangkauannya, dan memungkinkan interaksi langsung dengan publik.

2.3.3. Interaktivitas

Transformasi media ditandai dengan meningkatnya interaktivitas sebagai salah satu ciri utama media baru. Interaktivitas dimaknai sebagai keterlibatan timbal balik antara media dan audiens dalam proses komunikasi. Interaktivitas menekankan hubungan timbal balik di mana pesan tidak hanya diterima, tetapi juga direspons sehingga tercipta dialog berkelanjutan (PATRISIA, 2022). Hal ini

berbeda dengan media konvensional seperti surat kabar cetak yang cenderung satu arah dan menempatkan audiens hanya sebagai penerima informasi.

Hubungannya dengan Harian Waspada, pergeseran ke Facebook menghadirkan ruang interaktif yang memperkuat relasi dengan pembaca. Melalui fitur like, comment, dan share, audiens tidak hanya mengonsumsi berita, tetapi juga bisa memberikan umpan balik secara instan. Sejalan dengan pendapat McMillan (2002), interaktivitas dalam media digital menciptakan “user control, responsiveness, and real-time communication,” di mana audiens memiliki kendali dalam memilih, merespons, serta berinteraksi dengan konten (Afrinda et al., 2020.). Hal ini terlihat ketika pembaca Waspada di Facebook aktif menanggapi isu-isu politik lokal, memberi komentar kritis, atau bahkan menyebarluaskan berita ke jaringan sosial mereka.

Interaktivitas di Facebook memungkinkan Harian Waspada untuk tidak hanya menjadi penyampai informasi, tetapi juga fasilitator percakapan publik. Audiens bahkan dapat berperan sebagai prosumer (Toffler, 1989), yakni konsumen sekaligus produsen informasi, misalnya dengan melaporkan peristiwa lokal melalui komentar atau pesan ke admin. Maka, transformasi digital melalui media sosial menghadirkan bentuk komunikasi yang lebih partisipatif, di mana media lokal seperti Waspada mampu membangun hubungan komunitatif dan mempertahankan relevansinya di tengah perubahan ekosistem informasi.

2.3.4. Kecepatan dan aksesibilitas informasi

Kategorisasi penting lainnya dalam transformasi media adalah aspek kecepatan dan aksesibilitas informasi. Media baru memungkinkan penyebaran

berita berlangsung secara real-time, berbeda dengan media cetak yang membutuhkan proses produksi dan distribusi panjang. Media digital menghadirkan karakteristik immediacy (seketika) dan ubiquity (kehadiran di mana-mana), sehingga informasi dapat diakses kapan saja dan dari mana saja (McQuail, 2010). Artinya, perubahan ini menjadikan media tidak lagi terikat ruang dan waktu, melainkan hadir dalam jaringan global yang selalu aktif.

Untuk Harian Waspada, pemanfaatan platform online seperti Waspada.id dan Facebook mempercepat penyebaran informasi kepada audiens. Jika dahulu pembaca harus menunggu edisi cetak pagi hari, kini berita bisa segera dipublikasikan begitu peristiwa terjadi. Hal ini sesuai dengan pandangan Pavlik (2001) yang menyebut bahwa teknologi digital mengubah jurnalisme dengan menghadirkan speed of delivery dan akses yang lebih luas (Fikri AR, 2015). Dengan kecepatan ini, Waspada mampu bersaing dengan media nasional maupun portal berita daring lain, sekaligus menjangkau pembaca muda yang terbiasa mengonsumsi informasi secara instan melalui media sosial.

Selain kecepatan, aksesibilitas juga menjadi faktor penting yang memperkuat relevansi media lokal. Audiens dapat mengakses berita Waspada tidak hanya melalui koran, tetapi juga lewat gawai pribadi, baik smartphone maupun laptop, yang terhubung dengan internet. Masyarakat jaringan (network society) terbentuk karena aksesibilitas informasi yang tidak terbatas, menjadikan informasi sebagai sumber kekuatan baru (Teknologi dan Informasi Bisnis & Faidlatul Habibah, 2021). Bagi Harian Waspada, transformasi ini membuka peluang memperluas jangkauan

audiens melampaui wilayah distribusi cetak, sekaligus menjaga eksistensinya di era digital yang kompetitif.

2.3.5. Pergeseran pola konsumsi media

Dampak besar dari transformasi media adalah terjadinya pergeseran pola konsumsi media di masyarakat. Jika pada era media konvensional audiens mengandalkan surat kabar cetak, televisi, atau radio sebagai sumber utama informasi, kini kebiasaan tersebut beralih ke media digital dan platform daring. Jenkins, menyebut fenomena ini sebagai bagian dari convergence culture, di mana audiens tidak hanya mengonsumsi informasi dari satu saluran, melainkan memanfaatkan beragam platform digital sesuai kebutuhan dan gaya hidup (*Henry Jenkins, 2006*). Pergeseran ini mencerminkan perubahan cara masyarakat mengakses, memilih, dan berinteraksi dengan informasi.

Pergeseran pola konsumsi ini terlihat jelas pada audiens muda yang lebih aktif membaca berita melalui Facebook atau portal daring Waspada.id dibandingkan edisi cetak. Konsumsi media di era digital ditandai oleh audience fragmentation dan on-demand culture, di mana audiens ingin mengakses informasi secara cepat, fleksibel, dan sesuai preferensi pribadi (Fanyra et al., 2025). Artinya, Waspada tidak bisa lagi hanya mengandalkan model cetak, melainkan harus menyesuaikan diri dengan pola konsumsi baru yang serba digital.

Perubahan pola konsumsi ini juga menempatkan audiens sebagai aktor aktif dalam memilih dan menyaring informasi. Dengan adanya media sosial, audiens dapat menentukan sendiri isu apa yang dianggap relevan dan bagaimana mereka ingin berinteraksi dengan konten tersebut. Audiens di era digital semakin bersifat

active audiences yang memiliki kontrol lebih besar terhadap media yang dikonsumsi (Suryasuciramdhan et al., 2025.). Bagi Harian Waspada, memahami pergeseran pola konsumsi ini sangat penting agar strategi distribusi konten yang dilakukan misalnya melalui Facebook tidak hanya relevan, tetapi juga mampu mempertahankan loyalitas pembaca di tengah kompetisi media digital.

2.4. Media Lokal

Media lokal merupakan jenis media massa yang beroperasi dan menyampaikan informasi pada lingkup geografis tertentu, seperti kota, kabupaten, atau provinsi. Media ini hadir untuk melayani kebutuhan informasi masyarakat setempat dengan konten yang relevan terhadap dinamika lokal. Tidak seperti media nasional yang cakupannya luas dan bersifat general, media lokal berfokus pada isu-isu yang dekat dengan kehidupan sehari-hari warga di daerah, seperti kebijakan pemerintah daerah, kegiatan sosial, ekonomi lokal, hingga budaya dan tradisi masyarakat setempat.

Secara fungsi, media lokal berperan sebagai penghubung antara pemerintah daerah dan masyarakat, serta menjadi ruang publik bagi warga untuk menyuarakan aspirasinya. Dalam banyak kasus, media lokal mampu menghadirkan berita yang tidak terjangkau oleh media nasional, menjadikannya sumber informasi yang penting bagi komunitas tertentu. Selain itu, media lokal juga dapat berfungsi sebagai agen perubahan sosial, penggerak partisipasi publik, dan pengawas terhadap jalannya pemerintahan di daerah.

Sisi karakteristik, media lokal biasanya memiliki cakupan distribusi yang terbatas, sumber daya yang lebih kecil, serta pola bisnis yang bergantung pada iklan lokal dan relasi personal dengan komunitas. Namun, kekuatan mereka justru terletak pada kedekatannya dengan masyarakat dan pemahaman yang mendalam terhadap konteks budaya dan sosial lokal. Hubungan emosional antara media dan komunitasnya inilah yang menjadi nilai tambah yang tidak dimiliki oleh media berskala nasional atau global.

Di era digital, media lokal menghadapi tantangan besar akibat perubahan teknologi dan pola konsumsi informasi. Penurunan pembaca media cetak, persaingan dengan platform digital besar, serta tuntutan untuk terus berinovasi secara teknologi menjadi tekanan tersendiri. Banyak media lokal terpaksa gulung tikar atau beralih ke platform digital untuk bertahan. Namun di sisi lain, media lokal yang mampu melakukan adaptasi justru menemukan peluang baru untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan engagement melalui media sosial dan platform daring (Brawijaya & Naufal, 2025).

Eksistensi media lokal di era digital tidak hanya bergantung pada keberadaan fisik atau platform yang digunakan, tetapi juga pada kemampuan mereka untuk tetap relevan, terpercaya, dan responsif terhadap kebutuhan informasi masyarakat.

2.5. Landasan Teori

2.5.1. Teori Konvergensi Media

Teori konvergensi media mengacu pada proses integrasi antara media tradisional, seperti surat kabar, radio, dan televisi, dengan media digital yang berbasis internet. Konvergensi ini tidak hanya sebatas pada penggabungan bentuk atau saluran media, tetapi juga mencakup transformasi cara kerja jurnalis, produksi konten, hingga pola konsumsi informasi oleh masyarakat. Dalam konteks ini, media tidak lagi beroperasi dalam batas-batas yang kaku, melainkan beradaptasi dalam ekosistem digital yang lebih fleksibel dan interaktif (Mardhiyyah, 2023b).

Proses konvergensi menciptakan tantangan dan peluang baru bagi lembaga media. Mereka harus mampu melakukan reorganisasi struktur redaksi, mengintegrasikan ruang kerja lintas platform, serta mengembangkan kemampuan jurnalis dalam memproduksi konten multimedia. Konvergensi juga menuntut perubahan pola kerja jurnalistik, dari yang bersifat linier dan satu arah menjadi lebih kolaboratif dan responsif terhadap dinamika audiens. Dalam hal ini, media tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator diskusi publik, hingga pengelola interaksi daring.

Konvergensi media juga menggambarkan pergeseran kekuasaan dalam produksi informasi. Jika sebelumnya hanya institusi media besar yang memiliki akses terhadap produksi dan distribusi konten, kini publik juga memiliki peran aktif melalui media sosial, blog, dan berbagai platform digital lainnya. Akibatnya, batas antara produsen dan konsumen informasi menjadi kabur. Media tradisional pun

terdorong untuk membuka ruang partisipasi audiens agar tetap relevan dan kompetitif di tengah derasnya arus informasi digital.

Dampaknya, kredibilitas informasi menjadi tantangan besar, karena tidak semua konten yang beredar melalui kanal digital memiliki standar jurnalistik yang sama. Oleh karena itu, media konvensional harus mampu memanfaatkan partisipasi audiens secara bijak dengan tetap menjaga kualitas dan validitas informasi yang mereka distribusikan.

Selain itu, teori konvergensi media menyoroti bagaimana distribusi konten menjadi semakin cepat dan lintas platform. Konten yang dibuat untuk satu medium kini dapat dengan mudah disebarakan melalui berbagai kanal digital seperti website, YouTube, Facebook, dan Instagram. Hal ini menuntut redaksi media untuk melakukan penyesuaian strategi distribusi, baik dari sisi format konten, gaya penyampaian, maupun algoritma yang digunakan platform digital. Dengan demikian, konvergensi bukan hanya fenomena teknologis, tetapi juga transformasi budaya dalam ekosistem media.

Strategi distribusi yang multikanal ini menciptakan lanskap baru di mana konten harus mampu menyesuaikan diri dengan karakteristik masing-masing platform. Misalnya, video pendek lebih efektif di TikTok dan Instagram Reels, sementara artikel panjang lebih cocok dikemas di website atau aplikasi berita. Oleh karena itu, media harus memiliki kemampuan analitik untuk memahami perilaku audiens, serta memanfaatkan data dan teknologi untuk mengoptimalkan jangkauan dan keterlibatan. Konvergensi media, dalam hal ini, menjadi strategi adaptif untuk mempertahankan eksistensi di tengah kompetisi digital yang semakin ketat.

2.5.2. Teori Strategi Komunikasi

Teori strategi komunikasi berfokus pada perencanaan dan pelaksanaan komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi ini mencakup analisis audiens, pemilihan pesan, media, serta penentuan waktu yang tepat dalam menyampaikan pesan (T. Prasetyo et al., 2020).

Dalam ranah komunikasi massa, strategi komunikasi sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya sampai ke target audiens, tetapi juga dipahami dan menghasilkan respons yang diharapkan. Strategi ini juga memperhitungkan hambatan komunikasi, baik teknis maupun psikologis, agar pesan tidak mengalami distorsi selama proses penyampaian.

Strategi komunikasi menekankan pentingnya segmentasi audiens. Setiap kelompok masyarakat memiliki karakteristik dan kebutuhan informasi yang berbeda, sehingga penyusunan pesan harus disesuaikan dengan konteks sosial, budaya, usia, dan latar belakang pendidikan audiens . Pendekatan ini akan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan karena audiens merasa diperhatikan dan dilibatkan secara personal. Selain itu, dalam strategi komunikasi modern, feedback atau umpan balik dari audiens menjadi aspek penting yang digunakan untuk mengevaluasi dan menyesuaikan pesan secara berkelanjutan.

Dalam konteks media sosial, strategi komunikasi menjadi semakin kompleks karena melibatkan interaksi dua arah yang dinamis. Tidak cukup hanya menyebarkan informasi, media juga harus mampu membangun keterlibatan (engagement) dengan audiens. Oleh karena itu, konten yang dirancang harus relevan, menarik, dan sesuai dengan karakteristik platform yang digunakan.

Strategi komunikasi di media sosial harus responsif terhadap tren, ritme komunikasi publik, serta mampu menyesuaikan diri dengan algoritma yang menentukan jangkauan konten.

Penyesuaian strategi dengan dinamika algoritma sangat krusial karena algoritma menentukan seberapa besar konten akan menjangkau audiens. Konten yang tidak memenuhi kriteria algoritma, seperti keterlibatan tinggi atau waktu tayang optimal, cenderung tenggelam di linimasa audiens. Oleh karena itu, media dituntut untuk memahami data analitik platform guna menentukan waktu publikasi terbaik, jenis konten yang paling digemari, hingga format yang paling efektif untuk masing-masing kanal. Proses ini menuntut pengelolaan komunikasi yang berbasis data agar strategi komunikasi benar-benar tepat sasaran.

Penerapan strategi komunikasi di media sosial oleh institusi media, termasuk media lokal, juga melibatkan pengelolaan citra dan relasi dengan publik. Ini meliputi penentuan gaya bahasa, frekuensi unggahan, serta manajemen interaksi melalui kolom komentar atau pesan langsung. Strategi ini bertujuan untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens, memperkuat identitas merek media, serta menjaga kepercayaan publik.

Dalam era digital saat ini, keberhasilan komunikasi tidak hanya diukur dari seberapa banyak informasi disampaikan, tetapi seberapa efektif informasi itu menggerakkan partisipasi dan loyalitas audiens (Rahmanita Ginting, 2020).

Dalam praktiknya, media lokal perlu menjaga konsistensi identitas visual dan narasi agar audiens mengenali dan merasa terhubung dengan karakter khas media tersebut. Hal ini menjadi penting karena citra media turut memengaruhi persepsi

audiens terhadap kredibilitas informasi yang disampaikan. Interaksi yang humanis, respons cepat terhadap komentar, serta partisipasi dalam isu-isu lokal menjadi bagian dari strategi komunikasi yang membangun loyalitas. Keberhasilan strategi ini pada akhirnya akan menentukan seberapa besar media lokal mampu bersaing di tengah arus informasi global yang serba cepat dan kompetitif (Thariq & Priadi, 2019).

2.6 Kajian Penelitian Terdahulu

1. Strategi Konvergensi Media dalam Distribusi Konten (Studi Kualitatif Deskriptif pada NET Biro Yogyakarta)(Arum, 2019)

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana stasiun televisi NET Yogyakarta menjalankan strategi distribusi konten mereka di platform digital, terutama Instagram dan YouTube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Teori utama yang digunakan adalah teori konvergensi media, yang menjelaskan bagaimana proses peleburan fungsi media terjadi melalui platform digital.

Temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa NET Yogyakarta memiliki strategi distribusi tiga tahap: persiapan konten (menentukan platform dan jenis konten), pelaksanaan (publikasi sesuai waktu yang ditargetkan), dan evaluasi (melalui engagement). Penelitian ini relevan dengan penelitian ini karena sama-sama meneliti strategi distribusi konten di platform media sosial dan membedah tahapan-tahapan teknis yang dapat dibandingkan dengan praktik di Harian Waspada.

2. Media Sosial sebagai Transformasi Digital Media Relation dan Digital Marketing UMKM(Ati Hidayatul Dan Liana Nur (2025)

Artikel ini membahas bagaimana media sosial berperan dalam transformasi digital strategi komunikasi UMKM. Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai dampak media sosial terhadap hubungan publik dan efektivitas komunikasi bisnis. Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dengan wawancara dan observasi.

Temuan utamanya adalah bahwa media sosial memperluas jangkauan dan keterlibatan pelanggan, serta mengubah cara pelaku UMKM berkomunikasi dengan publik secara dua arah. Walaupun konteksnya UMKM, prinsip transformasi digital melalui media sosial sangat berkaitan dengan bagaimana media lokal seperti Harian Waspada membangun relasi dan keterlibatan dengan audiens lokal melalui distribusi kontennya.

3. Konvergensi Media Surat Kabar Harian Lokal Jateng Pos – (Ahsani & Nurul, 2020)

Dalam Penelitian ini mengkaji bagaimana Harian Jateng Pos melakukan proses transformasi dan konvergensi media ke ranah digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam, serta menggunakan teori konvergensi media dari Siapera dan Veglis. Penelitian menemukan bahwa konvergensi dilakukan dalam empat aspek: teknologi (penggunaan website dan media sosial), konten (penggabungan teks, video, dan gambar), bisnis (strategi iklan digital dan cetak), serta profesional (pelatihan SDM digital).

Temuan ini relevan dengan penelitian ini karena memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana media lokal seperti Harian Waspada bisa membentuk strategi digital yang menyeluruh, termasuk distribusi konten di Facebook.

4. Penerapan Model Bisnis di Media Online Jawa Tengah: Studi Kasus PanturaPost.com – oleh Abdulloh Mubarok(Mubarok, n.d.)

Penelitian ini berfokus pada bagaimana media lokal PanturaPost menerapkan strategi model bisnis berbasis digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif dan teori model bisnis dari Joan Van Tassel dan Lisa Poe-Howfield. Salah satu aspek yang diteliti adalah strategi distribusi konten yang dilakukan secara silang platform (cross-media), termasuk media sosial dan website.

Hasilnya menunjukkan bahwa media lokal dapat bertahan jika mampu mengelola platform distribusi secara tepat, serta menyesuaikan konten dengan karakteristik tiap kanal. Penelitian ini dapat menjadi pembanding penting bagi Harian Waspada, yang juga sedang menjalankan strategi distribusi melalui platform utamanya Facebook.

5. Strategi Distribusi Berita Media Online IDN Times melalui Twitter (Herawan, 2023)

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi distribusi konten berita IDN Times melalui media sosial Twitter. Menggunakan pendekatan kualitatif konstruktivis, penelitian ini membedah proses perencanaan konten, pemilihan gaya bahasa, dan interaksi dengan pengguna. Penulis menggunakan teori strategi media

sosial yang menekankan pada elemen seperti research, mapping, engagement, dan komunikasi dua arah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi konten yang efektif tidak hanya bergantung pada jumlah posting, tetapi juga pada kualitas interaksi yang dibangun dengan pengguna. Penelitian ini memberi kerangka konkret yang sangat bisa diadaptasi oleh Harian Waspada dalam merancang strategi distribusi kontennya di Facebook.

6. Analisis Manajemen Strategi Harian Kompas dalam Menghadapi Transformasi Digital

Penelitian dilakukan oleh Rinaya Triananda Saradewi dan tim .(Rinaya Triananda Saradewi et al., 2025) peneliti untuk memahami bagaimana Harian Kompas sebagai salah satu media cetak terbesar di Indonesia merespons tantangan era digital melalui strategi manajemen yang terencana. Dalam menghadapi disrupsi teknologi dan perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat, Kompas melakukan transformasi dari media cetak ke media digital dengan pendekatan bertahap dan sistematis. Salah satu langkah awal yang signifikan adalah peluncuran platform Kompas.id sebagai ruang utama digitalisasi konten dan interaksi dengan pembaca.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam terhadap pihak manajemen dan redaksi Kompas serta studi dokumentasi atas kebijakan internal dan capaian transformasi digital mereka. Teori utama yang digunakan adalah manajemen strategi media, termasuk adaptasi struktur organisasi dan perencanaan konten multiplatform. Hasilnya menunjukkan

bahwa Kompas tidak hanya mengalihkan kontennya secara digital, tetapi juga membangun struktur baru di tubuh organisasi untuk memperkuat budaya kerja digital, seperti penerapan kerja berbasis data dan keterlibatan pembaca melalui fitur interaktif.

Relevansinya terhadap penelitian ini sangat kuat, karena sama-sama menyoroti bagaimana institusi media membangun strategi distribusi konten digital secara terstruktur. Meski Kompas berskala nasional, pendekatan manajemen yang terukur, integrasi teknologi dengan struktur kerja, serta penguatan platform digital dapat dijadikan pembandingan untuk strategi distribusi Harian Waspada di media sosial seperti Facebook. Penelitian ini menunjukkan pentingnya kesiapan internal media dalam menghadapi transformasi, yang juga menjadi faktor krusial bagi keberhasilan media lokal di era digital.

7. Transisi Media Tradisional ke Media Digital: Studi Kasus pada Media Lokal di Bengkulu(2025)

Penelitian ini mengkaji dinamika peralihan media lokal di Bengkulu dari platform tradisional (cetak) menuju platform digital. Fokus utamanya adalah pada proses adaptasi media lokal terhadap kebutuhan masyarakat yang kini lebih sering mengonsumsi informasi melalui gawai dan media sosial. Penelitian ini menempatkan transisi tersebut sebagai proses bertahap yang tidak hanya mencakup aspek teknologi, tetapi juga menyentuh dimensi organisasi, sumber daya manusia, dan strategi komunikasi.

Dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan metode kualitatif, peneliti melakukan observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pekerja media, dan

pengumpulan data dokumentasi. Temuan menunjukkan bahwa media lokal di Bengkulu umumnya mengalami keterbatasan baik dari segi infrastruktur digital, kapasitas SDM, maupun perencanaan strategis dalam menyusun konten multiplatform. Proses digitalisasi cenderung bersifat reaktif untuk “bertahan”, bukan berdasarkan strategi pertumbuhan jangka panjang.

Penelitian ini sangat relevan dengan meneliti transformasi media lokal. Harian Waspada, seperti media di Bengkulu, menghadapi tantangan yang serupa, terutama dalam hal keterbatasan sumber daya dan kebutuhan menyesuaikan diri dengan pola konsumsi media baru. Studi ini memperkuat pemahaman bahwa transformasi digital bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga persoalan manajemen perubahan, adaptasi budaya organisasi, dan keberanian mengambil risiko dalam membangun kanal distribusi digital seperti Facebook secara strategis.

8. Konvergensi dan Manajemen SDM Media Lokal(Sari, 2022)

Penelitian ini memusatkan perhatian pada bagaimana proses konvergensi media berdampak terhadap pengelolaan sumber daya manusia di lingkungan media lokal. Konvergensi media yang meliputi peleburan teknologi, konten, dan audiens memaksa media untuk menyesuaikan struktur organisasinya, termasuk merombak sistem kerja, tugas, dan kompetensi karyawan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengkaji kesiapan SDM media lokal dalam menghadapi era konvergensi serta bagaimana peran kepemimpinan dalam mendorong adaptasi tersebut.

Menggunakan pendekatan kajian pustaka dan kerangka teori mediamorfosis dari Roger Fidler, penelitian ini menggambarkan bahwa transformasi teknologi

menuntut pekerja media untuk memiliki keahlian lintas bidang, seperti kemampuan menulis berita, mengolah grafis, serta memahami algoritma distribusi konten. Konvergensi juga mengubah struktur kerja dari linear menjadi dinamis dan berbasis kolaborasi antardivisi. Organisasi media yang tidak memperbarui manajemen SDM-nya cenderung tertinggal dalam menghadapi transformasi digital.

Temuan penelitian ini berkontribusi pada konteks dimana distribusi konten Harian Waspada di platform media sosial tidak hanya memerlukan strategi teknis, tetapi juga penyesuaian kapasitas SDM. Di balik setiap konten Facebook, terdapat kerja tim yang menuntut keahlian desain, copywriting singkat, pemahaman audiens, hingga analisis data. Penelitian ini menegaskan bahwa penguatan SDM adalah prasyarat penting bagi keberhasilan strategi distribusi konten digital di media lokal.

9. Transformasi Penyampaian Pesan dari Media Cetak ke Media Sosial ke Media Sosial (Studi Kasus pada Media Cetak Youtube, Instagram dan Tiktok Harian Rakyat Maluku)(Rumra et al., 2024)

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Harian Rakyat Maluku mengalihkan strategi komunikasi dan penyampaian pesannya dari media cetak ke platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Dengan pendekatan studi kasus, peneliti mendalami proses adaptasi konten cetak menjadi konten visual, serta perubahan strategi komunikasi dalam menjangkau audiens muda yang kini lebih aktif di media sosial. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konvergensi media dan teori komunikasi visual.

Penelitian ini menemukan bahwa Harian Rakyat Maluku menerapkan tiga pendekatan utama: adaptasi gaya bahasa yang lebih informal, optimalisasi visual

(foto dan video pendek), serta pemilihan waktu unggah yang disesuaikan dengan kebiasaan audiens daring. Hasilnya, media ini mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut, interaksi di media sosial, serta daya jangkauan konten ke wilayah-wilayah yang sebelumnya sulit dijangkau oleh distribusi cetak. Penggunaan TikTok dan YouTube Shorts terbukti efektif dalam mendekatkan berita lokal kepada generasi muda.

Penelitian ini sangat dekat dengan konteks Harian Waspada karena sama-sama memanfaatkan media sosial sebagai jalur distribusi utama. Strategi pengemasan ulang pesan menjadi konten visual, penggunaan format ringkas, dan keterlibatan audiens menjadi poin-poin yang juga penting untuk diterapkan dalam distribusi konten di Facebook dan Instagram. Studi ini memberikan inspirasi teknis dan operasional bagi media lokal yang tengah melakukan pergeseran distribusi dari format cetak ke format digital visual.

10. Konvergensi Media Mainstream dan Media Sosial: Tinjauan Literatur Terhadap Konvergensi Media Mainstream dan Media Sosial : Tinjauan Literatur Terhadap Transformasi Produksi dan Konsumsi Informasi (Produksi, 2025)

Penelitian ini merupakan kajian literatur yang mengulas berbagai pendekatan dan hasil penelitian terkait konvergensi antara media mainstream dan media sosial. Tujuannya adalah untuk menggambarkan bagaimana dua jenis media ini berinteraksi, berkolaborasi, bahkan bersaing dalam produksi dan distribusi informasi. Teori utama yang digunakan adalah teori konvergensi media dari Henry

Jenkins, yang menekankan pentingnya interaktivitas, partisipasi pengguna, dan multiplatform dalam ekosistem media kontemporer.

Hasil dari tinjauan menunjukkan bahwa media mainstream semakin banyak menggunakan media sosial untuk memperluas distribusi kontennya. Mereka juga belajar mengadaptasi gaya penyampaian yang lebih personal, cepat, dan visual. Media sosial bukan hanya tempat promosi berita, tetapi telah menjadi arena utama distribusi dan konsumsi informasi. Di sisi lain, media sosial menggeser kekuasaan redaksional dengan membiarkan algoritma dan partisipasi pengguna menentukan popularitas berita.

Penelitian ini memberikan dasar teoritik yang kuat , terutama dalam memahami dinamika antara konten media profesional dan logika distribusi algoritmik media sosial. Bagi Harian Waspada, memahami konvergensi ini penting untuk menyesuaikan gaya komunikasi, memilih waktu unggah konten, dan mengoptimalkan interaksi. Tinjauan literatur ini juga menunjukkan bahwa media lokal harus mampu memahami peran media sosial sebagai kanal utama komunikasi dua arah, bukan hanya sebagai tempat berbagi berita.

11. Transformasi Komunikasi Massa Era Digital: Antara Peluang dan Tantangan

Penelitian dari (Hasan et al., 2023) ini membahas pergeseran besar dalam sistem komunikasi massa akibat hadirnya media digital. Fokus utama penelitian adalah menggambarkan peluang yang terbuka melalui digitalisasi seperti kecepatan distribusi, keterlibatan langsung dengan audiens, serta efektivitas biaya; dan juga tantangan yang muncul seperti disinformasi, manipulasi algoritma, dan krisis

kepercayaan publik terhadap media. Teori komunikasi massa dan literasi digital digunakan sebagai fondasi analisis.

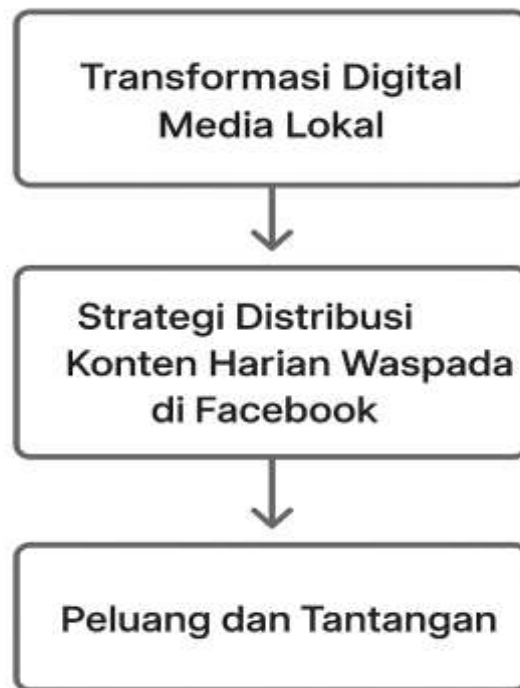
Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dan analisis tematik untuk mengurai bagaimana media massa, baik besar maupun kecil, harus menavigasi lanskap komunikasi baru yang cepat berubah. Penulis menekankan pentingnya regulasi, literasi digital masyarakat, serta kemampuan adaptif media untuk menjaga fungsi sosialnya. Salah satu temuan pentingnya adalah bahwa media tidak lagi menjadi satu-satunya pusat informasi, tetapi bagian dari ekosistem komunikasi yang kompleks.

Keterkaitannya terletak pada kesadaran terhadap risiko dan tantangan distribusi konten digital. Harian Waspada sebagai media lokal harus memahami bahwa penggunaan media sosial seperti Facebook tidak hanya soal strategi teknis, tetapi juga bagaimana menjaga akurasi, membangun kepercayaan, dan meminimalisasi misinformasi. Penelitian ini menekankan pentingnya membangun hubungan dengan audiens berbasis kepercayaan dan nilai edukatif, yang dapat menjadi prinsip dasar dalam strategi distribusi konten Anda.

2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun dengan mengacu pada teori konvergensi media dan teori strategi komunikasi sebagai landasan untuk memahami transformasi yang dialami Harian Waspada dalam mendistribusikan konten berita di era digital pada platform Facebook. Kedua teori ini menjadi pijakan utama dalam menelusuri proses adaptasi media lokal terhadap era digital, sekaligus mengevaluasi tantangan dan peluang yang dihadapi dalam membangun

keberlanjutan melalui distribusi konten digital. Diagram dibawah ini akan menunjukkan hal ini :



Gambar 2.1. Diagram Kerangka Berpikir

Sumber : Hasil Olahan Peneliti 2025

Diagram Kerangka Berpikir diatas menerangkan bahwa bagaimana media lokal, seperti Harian Waspada, terdorong untuk bertransformasi akibat perkembangan teknologi digital. Transformasi ini bukan sekadar perubahan alat atau platform, tetapi juga menyangkut cara berpikir, menyusun strategi, dan membangun komunikasi dengan audiens yang kini lebih banyak berada di ruang digital.

Sebagai respons terhadap perubahan tersebut, Harian Waspada menyusun strategi baru untuk menyampaikan kontennya. Strategi ini meliputi penyesuaian

jenis berita, gaya bahasa, visualisasi, serta pola interaksi. Ini menjadi fokus utama penelitian, karena strategi ini yang akan menentukan apakah Harian Waspada berhasil mempertahankan relevansinya di era digital atau tidak.

Selanjutnya diagram lalu mengarahkan perhatian pada dua kanal distribusi utama yakni Facebook . Platform ini dipilih karena memiliki jumlah pengguna (audiens) dan menjadi sarana konsumsi informasi bagi masyarakat, khususnya di Sumatera Utara. Di sinilah strategi distribusi Harian Waspada benar-benar diimplementasikan, dan platform ini juga menjadi titik evaluasi efektivitas distribusi konten mereka.

Dari strategi dan penggunaan platform, muncul dua arus utama yang saling berkaitan yaitu tantangan dan peluang. Tantangan bisa berupa keterbatasan SDM digital, persaingan dengan media lain, atau perubahan algoritma media sosial. Sementara peluang meliputi keterlibatan audiens yang lebih aktif, perluasan jangkauan, dan potensi menciptakan komunitas digital lokal. Analisis atas keduanya penting untuk memahami efektivitas distribusi konten.

Pada akhirnya adalah implikasi besar dari semua proses itu , yaitu keberlanjutan media lokal. Apakah Harian Waspada bisa bertahan dan berkembang di tengah arus digitalisasi, sangat tergantung pada bagaimana strategi distribusi konten ini dirancang dan dijalankan dengan cermat di media sosial. Ini juga yang akan dijadikan landasan pengambilan kesimpulan dalam penelitian ini.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam proses, strategi, dan dinamika distribusi konten media lokal Harian Waspada melalui platform digital, khususnya Facebook . Fokus utama adalah bagaimana media lokal bertransformasi secara digital dan beradaptasi dalam ekosistem media baru.

Penelitian ini mengacu pada Teori Konvergensi Media oleh Henry Jenkins, yang menjelaskan pergeseran dari media konvensional ke media digital sebagai bentuk integrasi teknologi, industri, budaya, dan audiens (*Henry Jenkins Convergence Culture Where Old and New Media Collide*, 2006). Teori pendukung lainnya adalah Teori Strategi Komunikasi, yang membahas bagaimana media merancang dan mendistribusikan pesan agar efektif menjangkau khalayak di era digital (Aziza, 2022).

Dengan pendekatan ini, peneliti berusaha menggali strategi digitalisasi konten, pola interaksi dengan audiens, serta tantangan dan peluang yang dihadapi media lokal dalam menjalankan distribusi kontennya melalui media sosial.

Pendekatan kualitatif deskriptif ini dipilih karena mampu menangkap dinamika sosial dan strategi media dalam konteks yang kompleks, khususnya dalam praktik distribusi konten digital yang tidak selalu mengikuti pola linier dan dapat berubah seiring dengan perkembangan algoritma dan preferensi pengguna. Peneliti tidak hanya fokus pada hasil akhir dari penyebaran informasi, tetapi juga menelaah

proses kreatif, pertimbangan editorial, serta praktik adaptasi media di platform Facebook.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana keputusan strategis diambil oleh redaksi Harian Waspada dalam memilih jenis konten, waktu publikasi, serta format visual dan naratif yang digunakan di media sosial. Penelitian ini diharapkan mampu menyajikan pemahaman yang utuh mengenai transformasi digital media lokal dalam membangun relevansi dan keberlanjutan.

3.2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah individu yang terlibat dalam proses produksi dan distribusi konten digital Harian Waspada, terutama tim redaksi dan editor konten digital.

Objek penelitian adalah strategi distribusi konten Harian Waspada di Facebook yang meliputi teknik penyampaian pesan dan pola publikasi.

3.3. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan peran langsung dalam kegiatan distribusi konten digital Harian Waspada. Informan terdiri dari:

Tabel 3.1. Informan Penelitian

No	Informan	Peran Utama
1	Redaktur Pelaksana	Mengarahkan strategi konten digital
2	Editor Konten Digital	Mengelola dan menyesuaikan isi untuk platform
3	Admin Media Sosial	Menjadwalkan unggahan dan mengelola interaksi

Sumber : Hasil Olahan Peneliti 2025

3.4. Kategorisasi Penelitian

Penelitian ini mengkategorikan konsep teoritis Transformasi Media Jenkins dan Strategi Komunikasi dalam distribusi konten Prasetyo berdasarkan indikator berikut:

Tabel 3.2. Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1	Transformasi dan konvergensi Media	- Konvergensi Teknologi - Digitalisasi Konten - Interaktivitas

		- Kecepatan dan Aksesibilitas Informasi - Pergeseran Pola Konsumsi Media
2	Strategi Komunikasi dalam Distribusi Konten	- Pemilihan Platform Distribusi - Penjadwalan dan Konsistensi Konten - Optimasi Format Konten - Interaksi dengan Audiens - Peluang dan Tantangan

Sumber : Hasil Olahan peneliti 2025

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data menjadi unsur krusial karena bertujuan untuk menggali makna mendalam dari praktik distribusi konten Harian Waspada di platform digital. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik utama, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan secara semi terstruktur kepada pihak redaksi Harian Waspada, tim media sosial, dan pengelola konten digital. Wawancara bersifat semi

terstruktur dan tidak terstruktur, memberikan ruang bagi narasumber untuk mengungkapkan strategi, tantangan, dan pertimbangan mereka dalam memilih serta menyebarkan konten melalui Facebook.

2. Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat langsung aktivitas digital Harian Waspada di ruang redaksi serta bagaimana proses pemilihan dan distribusi konten dilakukan. Peneliti mengamati pola unggahan, frekuensi posting, respons audiens, dan bagaimana tim mengelola interaksi di platform media sosial.

3. Studi Dokumentasi

Data dokumentasi diperoleh dari arsip digital unggahan konten Harian Waspada di Facebook, dan tangkapan layar konten. Dokumentasi ini berguna untuk melengkapi dan memverifikasi hasil dari wawancara dan observasi.

3.6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis data dari Miles dan Huberman (milles, 2014) yang meliputi tiga tahapan utama:

1. Reduksi Data

Peneliti merangkum, memilah, dan menyederhanakan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi distribusi konten digital Harian Waspada.

2. Penyajian Data

Data yang telah diringkas disusun dalam bentuk narasi deskriptif agar strategi komunikasi dan dinamika distribusi konten di media sosial terlihat secara jelas dan sistematis.

3. Penarikan Kesimpulan

Setelah disusun dalam narasi, peneliti menyimpulkan bagaimana Harian Waspada membentuk pola distribusi konten melalui media sosial, serta menilai implikasinya terhadap eksistensi dan keberlanjutan sebagai media lokal di era digital.

3.7. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini merujuk pada pendekatan Lincoln dan Guba (Yvonna s Lincon, 1985). Teknik keabsahan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi Data

Peneliti menggunakan berbagai sumber data dari redaksi dan editor digital untuk menguji keakuratan informasi terkait strategi distribusi konten.

2. Triangulasi Metode

Penggabungan metode seperti wawancara, observasi lapangan, dan studi dokumentasi digunakan untuk memperkuat validitas data.

3. Triangulasi Teori

Peneliti menggabungkan teori konvergensi media dan teori strategi komunikasi untuk memahami proses distribusi konten Harian Waspada di platform digital.

4. Triangulasi Waktu

Wawancara dan observasi dilakukan pada waktu yang berbeda misalnya pagi dan malam hari untuk melihat konsistensi pola kerja dan respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan.

5. Triangulasi Tempat

Data diambil dari berbagai ruang kerja redaksi, studio produksi konten, dan aktivitas daring di akun Facebook resmi Harian Waspada.

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kantor Redaksi Harian Waspada, yang berlokasi di Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama bulan Agustus hingga September 2025, dengan kegiatan utama berupa pengumpulan data lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi digital konten

Tabel 3.3. Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Waktu	Juli 2025	Agustus 2025	September 2025	Oktober 2025
1	ACC Judul				
2	Seminar Proposal				
3	Penelitian				
4	Seminar Hasil				
5	Sidang Tesis				

Sumber. Hasil Olahan Peneliti 2025

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berfokus pada Harian Waspada, sebuah media massa yang berpusat di Kota Medan, Sumatera Utara. Sebagai salah satu surat kabar tertua yang terbit sejak 1947, Harian Waspada memiliki peran penting dalam penyebaran informasi bagi masyarakat Sumatera Utara dan sekitarnya. Kantor redaksi dan percetakan Harian Waspada berlokasi di Medan, yang menjadi pusat kegiatan jurnalistik, mulai dari proses peliputan, penulisan, hingga distribusi berita.

Memasuki era digital, Harian Waspada memperluas jangkauannya melalui pembentukan media online Waspada.id. Situs ini menjadi kanal resmi yang menyajikan berita-berita aktual secara real time, sehingga pembaca tidak lagi bergantung hanya pada edisi cetak.

Kehadiran Waspada.id memungkinkan audiens mengakses berita dari berbagai daerah secara lebih cepat, praktis, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern yang banyak mengandalkan internet sebagai sumber informasi utama.

Selain itu, Harian Waspada juga memanfaatkan media sosial untuk memperkuat distribusi konten digital. Melalui akun resmi Facebook Waspada.id yang aktif sejak Juli 2019, media ini mempublikasikan berita dengan format yang lebih ringkas, disertai visual berupa foto maupun video. Facebook menjadi ruang

interaksi dua arah antara redaksi dengan pembaca, sehingga meningkatkan kedekatan sekaligus memperluas jangkauan audiens di luar pembaca cetak maupun pengunjung situs web.

Dibawah ini merupakan tiga model tampilan Harian Waspada dalam Transformasi dan konvergensi media yakni :



Gambar 4.1. Tampilan Media Cetak harian Waspada

Sumber : Surat Kabar Harian Waspada



Gambar 4.2. Tampilan Media Online Waspada id

Sumber : Media Online Waspada.id



Gambar 4.3. Tampilan Media Sosial Waspada id

Sumber : Facebook Waspada id

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, Harian Waspada menunjukkan proses transformasi digital yang cukup signifikan, khususnya melalui pemanfaatan platform Facebook sebagai kanal distribusi utama. Media ini tidak hanya melakukan *republishing* berita dari cetak ke digital, tetapi juga melakukan penyesuaian konten agar sesuai dengan karakteristik pengguna Facebook.

Wawancara dengan Redaktur Pelaksana Waspada id Rizal Anwar mengatakan *“Jika dulu orientasi utama adalah edisi cetak harian, kini distribusi digital menjadi prioritas karena pembaca lebih banyak mengonsumsi berita lewat smartphone”*.

Penyesuaian tersebut terlihat pada gaya bahasa yang lebih ringkas, penggunaan visual (foto dan video), serta penjadwalan publikasi yang disesuaikan setiap waktu.

Transformasi ini sekaligus menjadi respon Harian Waspada terhadap pergeseran pola konsumsi masyarakat yang kini lebih banyak mengakses berita

melalui gawai dan media sosial. Kehadiran Waspada di Facebook memperluas jangkauan audiens, sekaligus menjadi ruang interaksi langsung dengan pembaca.

Lokasi penelitian ini tidak hanya mencakup ruang fisik kantor Harian Waspada di Medan, tetapi lebih fokus kepada ruang digitalnya, yakni Waspada.id dan akun Facebook Waspada.id. Keduanya merupakan representasi transformasi Harian Waspada dalam menghadapi era digital dan menjadi bagian penting dalam strategi distribusi berita kepada masyarakat.

4.1.2. Strategi Distribusi Konten Harian Waspada di Facebook

Dalam menghadapi perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang semakin bergantung pada media sosial, Harian Waspada menyusun strategi khusus dalam mendistribusikan konten melalui akun resmi Facebook Waspada.id. Kehadiran Facebook sebagai salah satu platform dengan jumlah pengguna yang cukup terbesar menjadi peluang bagi Harian Waspada untuk memperluas jangkauan audiens, sekaligus menjaga relevansi di era digital.

Strategi ini tidak hanya sekadar memindahkan konten dari media cetak atau website, tetapi juga menyesuaikannya dengan karakteristik pengguna media sosial yang mengutamakan kecepatan, ringkasan informasi, serta visual yang menarik.

Berdasarkan temuan penelitian di lapangan ada empat macam strategi yang dilakukan yakni :

1. Pemilihan Platform

Harian Waspada menjadikan Facebook sebagai kanal utama distribusi digital karena memiliki basis pengguna yang besar di Sumatera Utara dan dianggap representatif bagi audiens lintas generasi.

Keputusan Harian Waspada menjadikan Facebook sebagai kanal utama distribusi digital bukanlah pilihan yang muncul secara tiba-tiba, melainkan hasil dari pertimbangan strategis redaksi dalam merespons perubahan pola konsumsi berita masyarakat. Hal ini disampaikan Redaktur Pelaksana Rizal Anwar saat kepada penulis bahwa:

“Facebook dipilih karena memiliki basis pengguna yang sangat besar di Sumatera Utara dengan jumlah pengguna aktif yang merata di berbagai kelompok usia, Facebook dianggap mampu mewakili audiens lintas generasi, mulai dari pembaca muda hingga kalangan yang lebih senior”.



Gambar 4.4. Tampilan Halaman dan Insight Facebook Waspada id

Sumber : Facebook Waspada.id

Redaksi melihat bahwa pergeseran konsumsi berita masyarakat saat ini sangat dipengaruhi oleh media sosial. Jika pada masa sebelumnya surat kabar cetak menjadi sumber utama informasi, kini publik lebih banyak mengandalkan media sosial sebagai pintu pertama dalam mengakses berita.

Facebook dipandang memiliki keunggulan dibandingkan platform lain seperti Twitter atau Instagram, karena tidak hanya populer tetapi juga menyediakan fitur berbagi tautan berita yang lebih efektif. Hal ini memudahkan Waspada.id untuk menghubungkan audiens dengan konten yang ada di website mereka.

Inilah yang membuat redaksi melihat Facebook sebagai medium yang tidak hanya mampu memperluas jangkauan, tetapi juga menciptakan ekosistem interaktif antara media dengan pembacanya. Dengan kata lain, Facebook bukan hanya platform distribusi, tetapi juga sarana membangun interaksi aktif dan memperkuat brand awareness atau pengakuan nama baik harian Waspada.

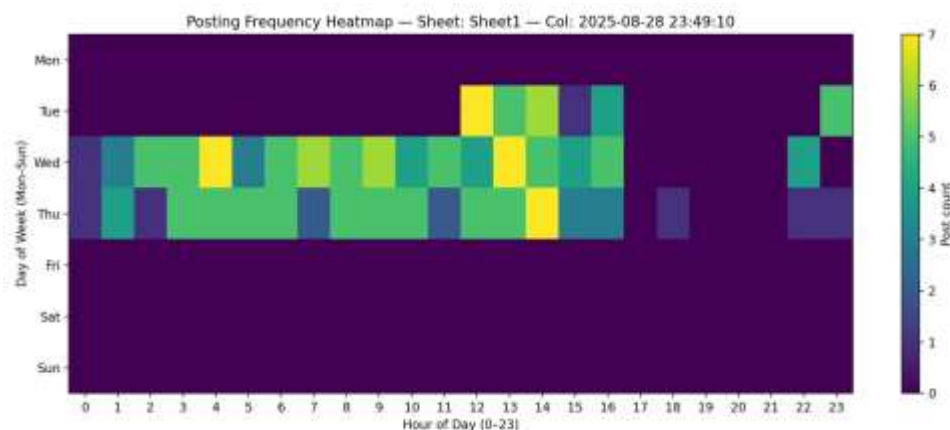
Facebook juga dinilai lebih sederhana dalam operasional dibandingkan platform media sosial lain. Admin akun dapat membagikan berita hingga 50 konten lebih per hari dengan mudah, lengkap dengan caption singkat, foto, maupun video. Fitur insight yang disediakan Facebook pun memberi ruang bagi tim redaksi untuk memantau efektivitas distribusi berita, seperti jumlah jangkauan, interaksi, dan waktu terbaik publikasi. Data-data inilah yang menjadi dasar bagi redaksi untuk menyusun strategi distribusi yang lebih tepat sasaran.

Redaksi Harian Waspada menegaskan bahwa pemilihan Facebook sebagai kanal utama distribusi digital adalah langkah strategis dalam menjaga eksistensi media di tengah derasnya arus digitalisasi. Facebook menjadi jembatan antara media cetak yang telah lama eksis dengan generasi pembaca baru yang tumbuh dalam ekosistem digital. Keputusan ini juga menandai bahwa transformasi digital Harian Waspada tidak hanya sekadar hadir di dunia online, tetapi benar-benar berupaya menyatu dengan kebiasaan konsumsi informasi masyarakat masa kini.

2. Penjadwalan Publikasi

Konten diunggah secara konsisten pada jam-jam tertentu ketika pengguna aktif, seperti pagi dan malam hari. Konsistensi ini dimaksudkan untuk menjaga keterlihatan konten dalam algoritma Facebook. Sesuai dengan hasil wawancara dengan admin media social facebook Waspada id, Novi Mengatakan : “Kami biasanya mengunggah konten 50 kali lebih sehari secara real time terutama pada jam tertentu: pagi (06.00–09.00), siang (12.00–13.00), dan malam (19.00–21.00). Pola ini mengikuti jam aktif audiens berdasarkan insight Facebook”.

Pernyataan Admin ini diperkuat dengan hasil observasi peneliti terhadap pendistribusian konten berita di akun media social facebook Waspada id pada 26-28 Agustus 2025 dengan jumlah potingan mencapai 183, sesuai gambar dibawah ini;



Gambar 4.5. Penjadwalan Publikasi Konten Berita di Facebook Waspada id

Sumber : Olahan Peneliti 2025

Gambar ini memperlihatkan Analisis heatmap terhadap 183 postingan Waspada.id di Facebook selama periode 26–28 Agustus 2025 memperlihatkan kecenderungan kuat bahwa aktivitas unggahan terpusat pada dua momentum

penting dalam keseharian audiens. Pertama, pada pagi hari sekitar pukul 04.00–05.00, ketika orang baru bangun tidur dan biasanya membuka ponsel sebelum berangkat kerja atau memulai aktivitas, frekuensi posting cukup menonjol.

Momentum ini dimanfaatkan untuk menangkap perhatian audiens saat mereka masih segar dan mencari informasi awal hari. Kedua, intensitas posting mencapai puncaknya pada siang hari, khususnya pukul 12.00–14.00, bertepatan dengan jam istirahat kerja dan sekolah. Pada jam ini, audiens cenderung memiliki waktu luang untuk bersantai, makan siang, sekaligus mengakses media sosial.

Pola ini menunjukkan bahwa strategi distribusi konten Waspada.id sejalan dengan kebiasaan harian audiens: memanfaatkan momen ketika ponsel paling sering digunakan, baik di pagi hari sebelum aktivitas dimulai maupun pada siang hari saat jeda rutinitas. Dengan demikian, posting yang ditempatkan pada jam-jam strategis ini berpotensi mendapatkan jangkauan dan interaksi yang lebih tinggi.

Harian Waspada menerapkan strategi penjadwalan publikasi yang konsisten agar berita tetap terlihat oleh audiens di linimasa Facebook. Admin digital bertugas mengunggah berita pada jam-jam tertentu yang dianggap paling aktif, seperti pagi hari ketika masyarakat baru memulai aktivitas dan malam hari ketika pengguna cenderung bersantai sambil mengakses media sosial.

Konsistensi dalam penjadwalan ini menjadi bagian penting untuk menjaga keterlihatan konten dalam algoritma Facebook, karena sistem akan lebih mengutamakan akun yang aktif dan rutin melakukan pembaruan.

Selain pada waktu-waktu rutin, admin juga melakukan publikasi real time ketika terjadi peristiwa penting atau berita terbaru dari wartawan di lapangan.

Mekanisme ini memungkinkan informasi aktual segera disebarkan kepada masyarakat tanpa menunggu jadwal penerbitan cetak. Dengan demikian, Facebook Waspada.id tidak hanya berfungsi sebagai kanal distribusi sekunder, tetapi juga sebagai sumber informasi cepat yang mampu bersaing dengan media digital lainnya.

Proses kerja ini menuntut koordinasi yang erat antara wartawan lapangan, redaksi, editor konten digital, dan admin Facebook. Begitu berita dikirim dari redaktur, editor melakukan penyuntingan cepat agar memenuhi standar redaksi, kemudian admin segera mendistribusikannya melalui akun Facebook. Alur kerja ini memastikan bahwa berita yang disebarkan tetap akurat sekaligus relevan dengan momen aktual yang sedang dibicarakan publik.

Dengan pola penjadwalan yang teratur serta fleksibilitas publikasi real time, Harian Waspada berhasil membangun ritme kehadiran di linimasa audiens. Kombinasi keduanya membuat akun Facebook Waspada.id akan tetap terlihat aktif.

3. Optimasi Format Konten

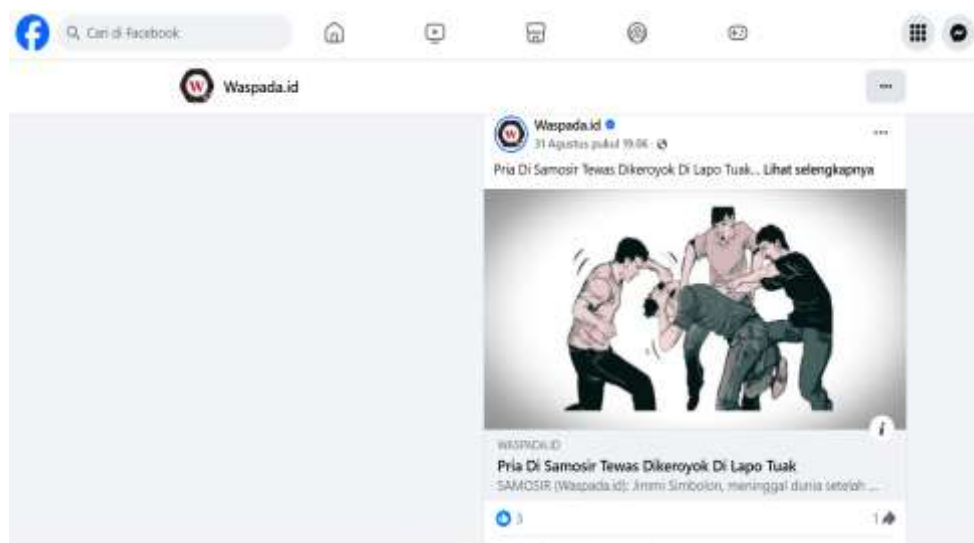
Optimasi format konten merupakan upaya strategis untuk menyajikan informasi dengan cara yang lebih efektif, menarik, dan mudah dipahami audiens. Tidak hanya sebatas pada pilihan kata, tetapi juga mencakup penggunaan visual, struktur penulisan, gaya bahasa, hingga penyesuaian platform distribusi.

Dalam wawancara dengan Editor Konten Facebook Waspada id Abdullah Afandi mengatakan :

“ Konten dari edisi cetak/media online biasanya kami pilih ulang sesuai dengan isu yang paling relevan dan menarik untuk audiens media sosial. Lalu, kami ringkas menjadi berita lebih singkat, diberi judul yang lebih

kuat, ditambahkan foto atau visual, kemudian disesuaikan dengan gaya bahasa yang lebih ringan agar sesuai dengan pengguna Facebook”.

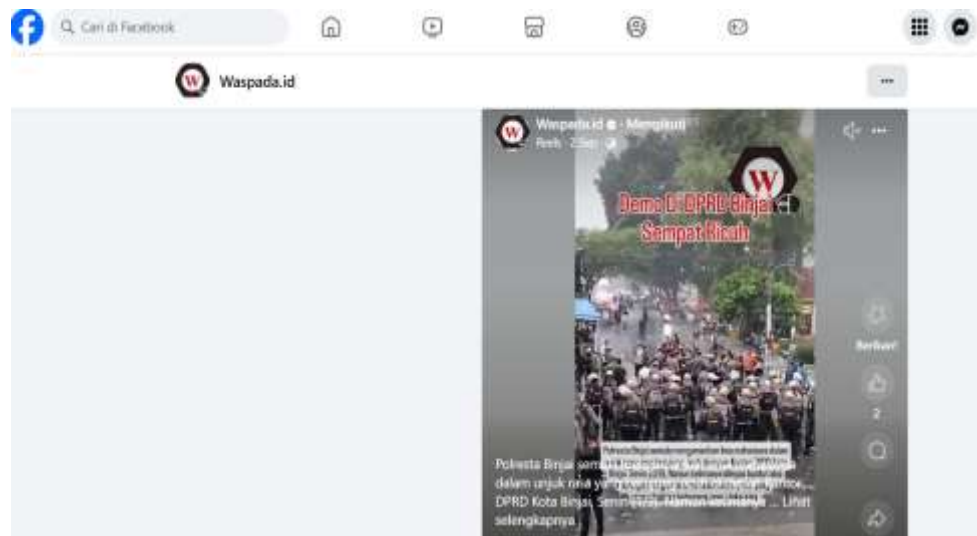
Maka berita cetak diadaptasi menjadi konten digital yang lebih singkat, disertai dengan judul yang kuat, visual (foto atau video), serta caption ringkas agar menarik bagi pengguna media sosial. Kita dapat melihat aktivitas optimasi format konten dari beberapa konten berita yang telah diposting di Facebook Waspada id :



Gambar 4.6. Format Konten Facebook Waspada id

Sumber : <https://www.facebook.com/share/p/1YY4jFopJz/>

Gambar ini menunjukkan Judul langsung ke inti berita: *“Pria di Samosir Tewas Dikeroyok di Lapo Tuak”*. Dari judul, ini sudah menarik perhatian karena memuat unsur kejadian tragis dan lokasi yang spesifik. Dari Gambar/Visual, Ilustrasi yang digunakan berupa gambar kartun perkelahian. visual ini membantu memperjelas isi berita, meski bukan foto asli kejadian. Pilihan ilustrasi lebih aman dibandingkan foto korban.



Gambar 4.7. Format Konten Facebook Waspada id

Sumber : <https://www.facebook.com/share/r/1aZi1dJ1HH/>

Gambar ini menrangkan bahwa Judul konten singkat, padat, dan langsung ke isu inti: *“Demo di DPRD Binjai Sempat Ricuh”*. Ini efektif sebagai scroll stopper karena mengandung unsur konflik. Dari Visual menampilkan kerumunan aparat dan massa sehingga jelas menggambarkan suasana ricuh. Caption memberikan informasi awal tentang kronologi (5 mahasiswa sempat diamankan, kemudian dilepas).



Gambar 4.8. Format Konten Facebook Waspada id

Sumber : <https://www.facebook.com/share/p/169pDMKTjN/>

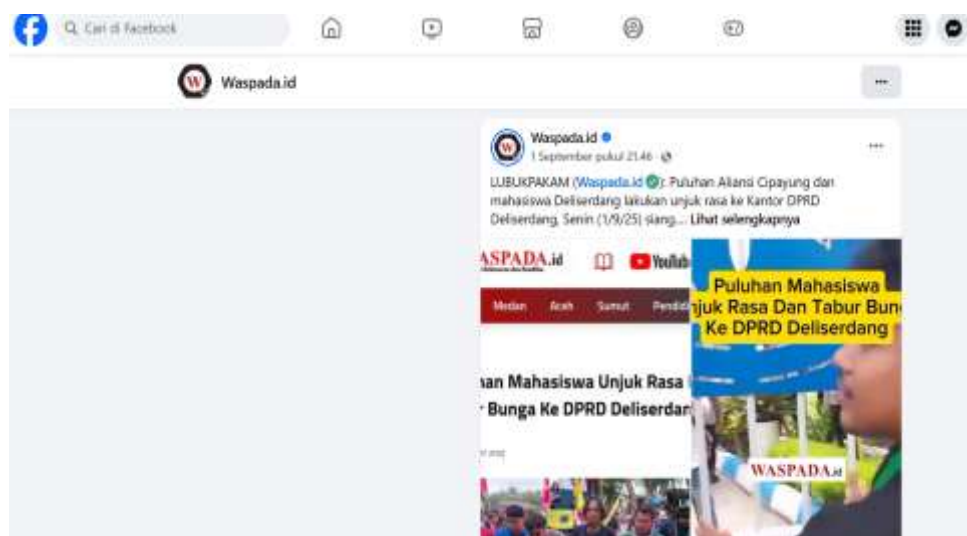
Gambar ini menjelaskan bahwa Judul konten dibuat sangat emosional dan provokatif langsung menyentuh emosi audiens, sehingga bisa jadi *scroll stopper*. Visual / Ilustrasi (bukan foto asli) yang menunjukkan mobil taktis “Barracuda” melindas seorang pemuda berseragam ojek online. Visual ini sangat kuat secara simbolik, menegaskan pesan protes atas kekerasan negara.



Gambar 4.9. Format Konten Facebook Waspada id

Sumber : <https://www.facebook.com/share/p/17E4RabH12/>

Gambar diatas menjelaskan Judul konten menggunakan angka spesifik ("US\$487,14 Juta") yang langsung menarik perhatian. Secara visual menggunakan warna kontras (kuning, biru, oranye) membantu membedakan data. Kombinasi teks + grafik mempermudah pembaca memahami angka besar yang sulit dibayangkan jika hanya berupa teks. Informasi utama sudah muncul di judul, sedangkan detail ada pada infografis.



Gambar 4.10. Format Konten Facebook Waspada id

Sumber : <https://www.facebook.com/share/v/19tkDeb8hb/>

Gambar diatas terlihat Format konten ini sudah memadukan berita teks dan video untuk memperkuat kredibilitas. Judul (Caption) menggunakan format straight news dengan lokasi + media (Waspada.id). Visual memakai Kolase 2 konten, tangkapan layar berita portal (kiri) + potongan video aksi demo (kanan). Terdapat *thumbnail video* dengan tulisan besar warna kuning di atas video agar pesan langsung terbaca.

Menurut editor konten Facebook Waspada.id, Abdul Afandi, proses distribusi berita melalui media sosial tidak bisa dilakukan secara mentah dengan menyalin begitu saja isi berita cetak. Berita yang biasanya panjang dan detail di versi cetak harus diadaptasi menjadi lebih ringkas agar sesuai dengan karakter pengguna media sosial.

Adaptasi ini dilakukan dengan menyusun ulang lead berita, menyingkat paragraf, serta memilih poin-poin utama yang paling penting dan relevan untuk dipahami pembaca dalam waktu singkat. Dengan demikian, berita tetap informatif namun tidak membuat audiens merasa terbebani dengan teks yang terlalu panjang.

Selain dari sisi isi, optimasi juga dilakukan pada judul berita. Abdul Afandi menegaskan bahwa judul di Facebook harus disusun lebih kuat, lugas, dan menarik perhatian, karena judul merupakan elemen pertama yang menentukan apakah pengguna akan mengklik tautan berita atau tidak. Dalam hal ini, judul yang digunakan di media sosial sering kali berbeda dengan judul di media cetak, meskipun tetap berpegang pada prinsip akurasi dan etika jurnalistik.

Visual juga menjadi elemen penting dalam strategi optimasi. Setiap berita yang dipublikasikan di Facebook selalu dilengkapi dengan foto atau video yang relevan agar lebih menarik perhatian pengguna saat berselancar di linimasa. Menurut Abdul Afandi, keberadaan visual bukan hanya pelengkap, tetapi menjadi penentu utama agar sebuah konten dilirik audiens. Karena itu, redaksi selalu berusaha menyertakan visual berkualitas dari wartawan lapangan, atau memanfaatkan arsip dokumentasi yang dimiliki Harian Waspada untuk memperkuat daya tarik berita.

Tidak kalah penting adalah *caption* ringkas yang menyertai tautan berita.

Abdul Afandi menjelaskan :

“caption harus padat, jelas, dan mampu merangkum inti berita dalam satu atau dua kalimat singkat. Caption ini berfungsi sebagai pengantar yang mendorong audiens untuk membaca lebih lanjut ke Waspada.id.”

4. Interaksi dengan Audiens

Menurut Redaktur Pelaksana Waspada, Rizal Anwar, interaksi dengan audiens di media sosial merupakan bentuk feedback publik yang sangat berharga. Setiap komentar, like, maupun share dilihat sebagai respon langsung yang menunjukkan bagaimana publik menilai konten yang disajikan.

Rizal Anwar menilai bahwa interaksi pembaca melalui Facebook memberi redaksi gambaran tentang isu apa saja yang paling diminati atau menuai kontroversi. Misalnya, berita politik atau kriminal biasanya memancing komentar lebih ramai dibandingkan berita lain. Dengan adanya pola interaksi tersebut, redaksi dapat lebih mudah memetakan kebutuhan dan minat informasi masyarakat, sehingga strategi distribusi konten bisa lebih terarah.

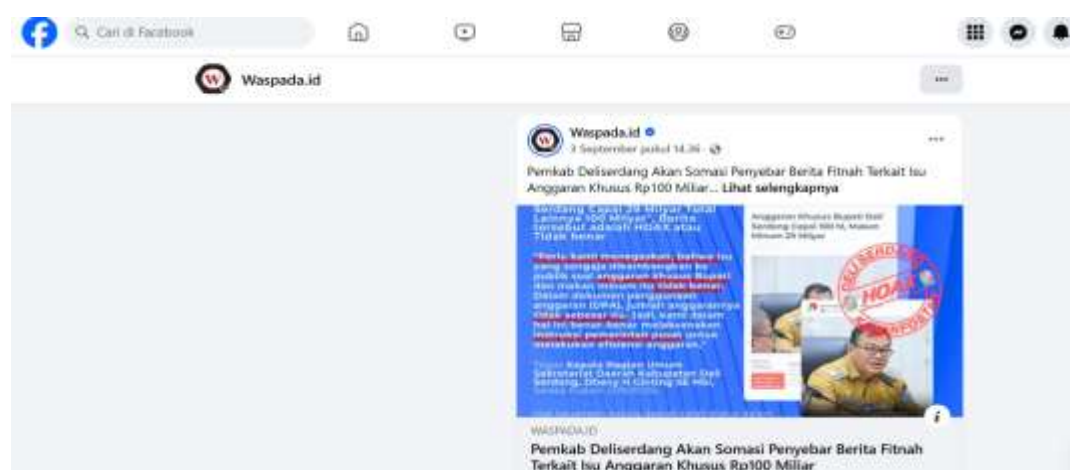
Hasil pengamatan penulis terhadap interaksi audiens di beberapa konten berita yang diposting di akun Facebook Waspada Id dibawah ini :



Gambar 4.11. Format Konten Facebook Waspada id

Sumber : <https://www.facebook.com/share/p/15DAbgiU5YL/>

Gambar ini memperlihatkan Konten punya dampak penyebaran tinggi (60 share) karena isu dana desa dekat dengan masyarakat, tapi interaksi langsung rendah (like & komentar minim). Ini artinya audiens lebih memilih menyebarkan informasi ketimbang terlibat diskusi terbuka.



Gambar 4.12. Format Konten Facebook Waspada id

Sumber : <https://www.facebook.com/share/p/17EgLGbCHp/>

Gambar diatas tampak Konten ini lebih banyak memicu diskusi (komentar) daripada penyebaran (share). Hal ini menunjukkan bahwa publik melihat isu klarifikasi anggaran sebagai bahan perdebatan, bukan sebagai informasi yang perlu diviralkan.

Bagi Editor Konten Digital, Abdul Afandi, interaksi dengan audiens di Facebook dipandang sebagai indikator penting untuk mengukur apakah sebuah berita relevan dan menarik bagi masyarakat. Engagement yang tinggi pada sebuah berita menunjukkan bahwa konten tersebut sesuai dengan kebutuhan informasi publik, sementara berita dengan engagement rendah memberi sinyal bahwa perlu ada evaluasi pada cara penyajian atau pemilihan isu.

Abdul Afandi juga menekankan bahwa pola engagement menjadi data yang sangat membantu redaksi. Misalnya, jumlah klik tautan dapat menunjukkan efektivitas judul dan caption, sementara komentar dapat memperlihatkan sisi kontroversial atau sudut pandang berbeda dari masyarakat. Dengan demikian, interaksi bukan hanya dipandang sebagai reaksi spontan pembaca, tetapi juga sebagai tolok ukur keberhasilan distribusi konten digital.

Afandi mengatakan :

“Pentingnya menjaga keseimbangan antara akurasi jurnalistik dengan daya tarik konten. Interaksi audiens tidak boleh hanya dikejar untuk popularitas semata, tetapi tetap harus dikendalikan agar tidak mengorbankan kredibilitas berita”

Dari sisi teknis, Admin Media Sosial Novi melihat interaksi audiens sebagai aspek yang sangat krusial dalam menjaga citra positif Harian Waspada. Menurutnya, Reaksi yang masuk di Facebook bisa beragam, mulai dari apresiasi hingga kritik tajam, bahkan tidak jarang ada komentar bernada provokatif. Oleh

karena itu, Novi menekankan pentingnya moderasi komentar agar ruang interaksi tetap sehat dan tidak merusak reputasi media.

Novi kembali menjelaskan bahwa peran admin bukan sekadar membagikan berita, tetapi juga menjadi wajah media di ranah digital. Cara admin menanggapi komentar akan memengaruhi citra Harian Waspada di mata publik. Oleh karena itu, interaksi dengan audiens di Facebook tidak hanya dilihat sebagai aktivitas teknis, melainkan sebagai bagian dari strategi komunikasi yang berorientasi pada kepercayaan, transparansi, dan kedekatan dengan masyarakat.

5 . Tantangan dan Peluang

1. Tantangan

Dalam proses transformasi digital, Harian Waspada dihadapkan pada sejumlah tantangan yang memengaruhi konsistensi dan kualitas distribusi kontennya di Facebook, Tantangan tersebut mencakup :

a. Keterbatasan SDM Digital

Salah satu tantangan utama yang dihadapi Harian Waspada adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam menghadapi era digital. Menurut Redaktur Pelaksana dan Editor, tidak semua wartawan terbiasa dengan keterampilan baru yang dibutuhkan untuk distribusi konten digital. Banyak wartawan masih berorientasi pada pola kerja media cetak yang menekankan pada teks panjang dan laporan mendalam, sementara media digital menuntut kecepatan, ringkasan, serta kreativitas visual.

Selain itu, keahlian seperti desain visual, copywriting singkat, hingga analisis data media sosial menjadi keterampilan baru yang belum sepenuhnya dikuasai oleh tim redaksi. Padahal, keterampilan ini sangat penting untuk mengoptimalkan penyajian konten di media sosial agar lebih menarik perhatian audiens. Ketidakmerataan keterampilan ini membuat tugas pengelolaan digital sering kali hanya bergantung pada tim kecil, seperti editor konten digital dan admin media sosial.

Saat melakukan penelitian di ruang redaksi Harian Waspada, tampak dua petugas yakni Editor Konten Abdul Afandi dan Admin Media social Facebook waspada Id Novi yang melakukan tugas masing masing seperti :



Gambar 4.13. Observasi Kinerja Editor Konten di Ruang Redaksi

Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar diatas memperlihatkan bahwa Editor Konten Facebook Waspada.id, Abdul Afandi, memiliki peran penting dalam proses distribusi informasi dari redaksi ke ruang digital. Ia menerima salinan berita dari redaksi cetak maupun portal online Waspada.id, kemudian melakukan proses kurasi untuk memilih berita yang dianggap paling relevan, aktual, dan sesuai dengan kebutuhan audiens di media sosial.

Tugas ini bukan sekadar menyalurkan informasi, melainkan memastikan bahwa setiap berita yang disajikan melalui Facebook mampu bersaing dengan banjir informasi lain yang beredar di linimasa pengguna. Oleh karena itu, diperlukan kejelian dalam memilih berita yang memiliki daya tarik tinggi serta potensi untuk menciptakan interaksi dengan pembaca.

Sebagai Editor Konten, Abdul Afandi mengadaptasi berita cetak dan online agar lebih sesuai dengan karakteristik platform digital. Berita panjang dan formal dipadatkan menjadi konten singkat, ringkas, namun tetap menjaga akurasi informasi. Selain itu, judul berita diperkuat untuk mencuri perhatian pembaca sejak awal, lalu dilengkapi dengan elemen visual seperti foto pendukung atau video singkat yang mampu memperkuat konteks berita.

Ia juga menambahkan caption yang padat, komunikatif, dan mudah dipahami sehingga berita terasa lebih dekat dengan gaya komunikasi pengguna media sosial. Proses adaptasi ini menjadi strategi penting dalam menjaga agar informasi tetap relevan dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas di ranah digital.

Dalam wawancara, Abdul Afandi menjelaskan bahwa salah satu tantangan terbesarnya adalah bagaimana membuat konten berita tetap informatif tanpa kehilangan daya tarik di media sosial. Ia menyatakan:

“Kalau kita hanya menyalin berita dari cetak atau online tanpa diolah lagi, audiens di Facebook cenderung kurang tertarik. Jadi, saya harus membuat judul yang kuat, memilih foto yang tepat, dan memberi caption singkat tapi langsung kena ke inti berita.”

Selain itu, Abdul Afandi juga mengungkapkan bahwa dalam menjalankan tugasnya, ia bekerja hampir sepenuhnya seorang diri karena keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang tersedia. Kondisi ini membuat beban kerja terasa berat, mulai dari memilih berita, mengedit, hingga menyiapkan visual dan caption untuk setiap postingan di Facebook. Menurutnya, ketika semua pekerjaan dilakukan sendiri, rasa lelah kerap muncul dan hal ini berpotensi menurunkan tingkat kreativitas dalam mengolah konten. Ia menambahkan :

“Apabila tersedia tambahan SDM dengan keterampilan digital yang memadai, maka pembagian kerja bisa dilakukan secara lebih efektif. Dampaknya, kinerja distribusi konten akan semakin optimal, baik dari sisi kualitas penyajian berita maupun konsistensi dalam menjaga ritme posting, sehingga keberadaan Waspada.id di media sosial dapat lebih kuat dan kompetitif “



Gambar 4.14. Observasi Kinerja Admin Media Sosial Waspada id. di Ruang Redaksi

Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Gambar diatas memperlihatkan bahwa Admin media sosial Facebook Waspada.id, Novi, memegang peran penting dalam menjaga interaksi antara media dan audiens. Setelah menerima dan mendistribusikan konten berita dari editor, tugasnya tidak berhenti sampai di situ. Novi harus terus memantau aktivitas di beranda Facebook untuk memastikan setiap konten yang dipublikasikan mendapatkan atensi yang layak. Pemantauan ini dilakukan guna merespons berbagai reaksi dari audiens, baik berupa komentar, like, maupun bentuk tanggapan lainnya. Admin menjadi garda depan yang memastikan komunikasi antara Waspada.id dan pembacanya tetap berjalan interaktif, hangat, sekaligus profesional.

Sebagai Admin, Novi menjelaskan bahwa keterlibatannya dalam merespons audiens mencakup berbagai tindakan. Ia tidak hanya sekadar memberikan tanda suka (like) pada tanggapan pembaca, tetapi juga aktif menjawab komentar yang relevan. Langkah ini dilakukan untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens serta menjaga kredibilitas media di mata publik.

Menurut Novi, interaksi tersebut penting karena menunjukkan bahwa Waspada.id tidak hanya sekadar menyebarkan informasi, melainkan juga mendengar dan menghargai setiap respons dari pembacanya. Hal ini membuat audiens merasa lebih diperhatikan, sehingga kepercayaan terhadap media semakin meningkat.

Dalam wawancara, Novi menyampaikan pengalamannya :

“Setiap kali ada komentar atau pertanyaan dari pembaca, saya berusaha segera menanggapi. Kalau ada hal yang bersifat sensitif atau butuh klarifikasi lebih lanjut, saya langsung melaporkannya ke redaksi. Dengan begitu, jawaban yang diberikan bisa akurat dan sesuai dengan kebijakan redaksi.”

Melihat peran admin media sosial yang bukan hanya teknis tetapi juga strategis, jelas dibutuhkan tim dengan kualifikasi SDM yang memadai agar kinerja bisa optimal. Saat ini, Novi masih mengemban tugas seorang diri tanpa dukungan tim, sehingga pekerjaannya belum bisa maksimal, terutama dalam menjaga kualitas komunikasi dengan audiens. Ia harus membagi fokus antara distribusi konten, pemantauan interaksi, hingga pelaporan ke redaksi, yang tentu cukup menguras tenaga.

Dalam wawancara, Novi mengungkapkan :

“Kalau ada tim, tentu pekerjaan akan lebih ringan dan hasilnya lebih bagus. Misalnya ada yang khusus mengurus interaksi komentar, ada yang fokus ke desain visual, sehingga kualitas konten dan komunikasi dengan pembaca bisa lebih terjaga.”

b. Ketergantungan pada Algoritma Facebook

Tantangan besar lain yang diakui oleh Redaktur Pelaksana Waspada Rizal Anwar adalah ketergantungan pada algoritma Facebook. Jangkauan konten Harian Waspada sangat dipengaruhi oleh perubahan algoritma yang tidak bisa dikendalikan oleh media. Jika algoritma Facebook menurunkan prioritas konten berita, maka distribusi berita Waspada.id otomatis akan mengalami penurunan impresi dan interaksi.

Situasi ini menimbulkan ketidakpastian, karena meskipun tim redaksi sudah menyusun strategi konten dengan baik, hasilnya tetap sangat tergantung pada cara kerja algoritma. Berita penting justru tidak banyak terlihat oleh pengguna, sementara berita ringan bisa lebih banyak beredar hanya karena sesuai dengan preferensi algoritma. Hal ini jelas menjadi tantangan dalam menjaga relevansi distribusi berita.

Ketergantungan pada algoritma juga menimbulkan dilema bagi media. Untuk menyesuaikan diri, redaksi kadang harus membuat konten yang lebih “ramah algoritma”, seperti judul yang lebih sensasional atau berita yang ringan, meski bukan isu prioritas. Tekanan ini bisa berisiko menggeser orientasi media dari fungsi edukatif dan mendalam menjadi sekadar mengejar keterlihatan di linimasa.

Menyadari hal tersebut, Redaktur Pelaksana Waspada Mengatakan :

“Di satu sisi, tetap beradaptasi dengan pola algoritma untuk menjaga jangkauan konten, namun di sisi lain kami tetap mempertahankan standar jurnalistik yang akurat dan berimbang. Tantangan ini sekaligus menjadi motivasi bagi media untuk mulai memikirkan diversifikasi platform, sehingga tidak sepenuhnya bergantung pada satu kanal distribusi seperti Facebook”.

c. Tekanan terhadap Kualitas Jurnalistik

Menurut Redaktur Pelaksana Rizaldi Anwar, tantangan lain yang tidak kalah penting adalah tekanan terhadap kualitas jurnalistik. Dorongan untuk mengejar engagement di media sosial sering kali membuat redaksi menghadapi dilema antara menjaga akurasi berita dengan menyesuaikan gaya agar lebih menarik bagi audiens. Misalnya, penggunaan judul yang tegas atau sensasional untuk memancing klik terkadang berisiko menimbulkan bias persepsi pembaca.

Selain itu, upaya mengejar kecepatan juga bisa berdampak pada kedalaman informasi. Dalam konteks media cetak, jurnalis terbiasa menyajikan laporan panjang dengan analisis, namun di media sosial format berita cenderung ringkas dan langsung ke inti. Situasi ini dapat membuat kualitas informasi menurun jika tidak dikelola dengan hati-hati.

Tekanan ini semakin terasa karena engagement sering kali dijadikan tolok ukur keberhasilan distribusi konten. Ketika berita ringan lebih banyak menarik perhatian, redaksi berpotensi tergoda untuk memproduksi lebih banyak konten serupa, sehingga mengurangi porsi berita yang lebih substantif. Padahal, peran media sejatinya tidak hanya menyajikan informasi populer, tetapi juga mendidik publik melalui berita yang mendalam dan akurat.

Dalam wawancara dengan Redaktur Pelaksana Rizal Anwar Mengatakan :

“Harian Waspada perlu menegaskan kembali identitas jurnalistiknya. Engagement memang penting untuk eksistensi di media sosial, tetapi kualitas dan kredibilitas harus tetap menjadi landasan utama. Dengan menjaga keseimbangan antara popularitas konten dan standar jurnalistik, Harian Waspada dapat tetap dipercaya sebagai media lokal yang kredibel di tengah tekanan ekosistem digital.

2. Peluang

a. Efisiensi Biaya Distribusi

Salah satu peluang besar dari transformasi digital Harian Waspada adalah efisiensi biaya distribusi. Menurut admin media sosial, penggunaan platform seperti Facebook jauh lebih murah dibandingkan dengan biaya produksi dan distribusi cetak. Jika pada edisi cetak biaya mencakup kertas, tinta, percetakan, hingga distribusi fisik ke berbagai daerah, maka pada media digital biaya utama hanya berupa kuota internet, perangkat, serta dukungan infrastruktur digital yang relatif lebih ringan.

Efisiensi ini membuat Waspada mampu menjangkau audiens yang lebih luas tanpa harus menambah ongkos distribusi secara signifikan. Setiap berita yang diunggah di Facebook dapat langsung diakses oleh ribuan bahkan jutaan orang tanpa adanya batasan geografis. Hal ini berbeda dengan cetak yang jangkauannya terbatas pada area distribusi fisik tertentu di Sumatera Utara dan sekitarnya.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Rekdatu pelaksana Rizal Anwar bahwa :

“Selain menekan biaya, distribusi digital juga mengurangi ketergantungan pada proses logistik yang kadang tidak menentu. Keterlambatan distribusi fisik, kendala transportasi, dan biaya operasional bisa ditekan sehingga redaksi dapat lebih fokus pada penguatan konten dan interaksi dengan audiens. Dengan kata lain, efisiensi biaya ini juga memberikan peluang peningkatan kualitas produk jurnalistik”.

Efisiensi distribusi melalui platform digital memungkinkan Waspada mengalokasikan sebagian anggaran yang sebelumnya terserap di percetakan dan distribusi fisik ke bidang pengembangan kompetensi SDM digital. Hal ini bisa dilakukan melalui pelatihan jurnalis dalam keterampilan multimedia, analisis data, hingga pengelolaan engagement di media sosial. Dengan begitu, Waspada tidak hanya berhemat, tetapi juga bertransformasi ke arah yang lebih profesional.

Secara lebih luas, efisiensi ini menjadi peluang untuk memperkuat keberlanjutan bisnis media. Di tengah menurunnya oplah cetak, pengurangan biaya distribusi fisik dapat menutup sebagian beban operasional dan membuka ruang bagi Waspada untuk berinovasi lebih jauh dalam mengembangkan platform digital.

b. Penguatan Branding Digital

Selain efisiensi, peluang penting lainnya adalah penguatan branding digital. Menurut semua informan, keberadaan Harian Waspada di media sosial memperkuat identitasnya sebagai media lokal yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Dari semula dikenal sebagai media cetak yang bersejarah, kini Waspada juga dipandang sebagai media digital yang mampu hadir di ruang konsumsi informasi masyarakat modern.

Redaktur Pelaksana Rizal Anwar mengatakan :

“Kehadiran Waspada.id dan akun resmi Facebook membuat nama Waspada semakin dikenal, khususnya oleh generasi muda yang mungkin tidak lagi akrab dengan media cetak. Branding digital ini menempatkan Waspada tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup digital masyarakat Sumatera Utara. Dengan citra yang adaptif, Waspada dapat terus mempertahankan relevansinya di tengah derasnya arus media online baru”.

Penguatan branding digital juga membuka peluang bagi Waspada untuk menarik mitra kerja sama, baik dari kalangan bisnis lokal maupun institusi pemerintahan. Identitas digital yang kuat memperlihatkan profesionalitas dan kesiapan Waspada untuk menjangkau audiens luas melalui kanal modern. Hal ini berpotensi mendukung strategi monetisasi melalui iklan digital, konten bersponsor, maupun kerja sama publikasi dengan berbagai pihak.

Branding digital memperkuat posisi Waspada sebagai representasi media lokal Sumatera Utara di dunia maya. Keberadaan Waspada di platform seperti Facebook dapat menjadi simbol kebanggaan lokal, karena mampu bersaing dengan media nasional sekaligus tetap menyuarakan isu-isu daerah. Branding digital tidak hanya memperluas audiens, tetapi juga memperkuat hubungan emosional dengan masyarakat setempat.

Penguatan branding digital membuka jalan bagi Waspada untuk membangun komunitas pembaca online yang loyal. Melalui interaksi rutin di media sosial, audiens dapat merasa dekat dengan media, sehingga terbentuk ikatan yang lebih erat. Kesetiaan audiens inilah yang pada akhirnya menjadi modal penting bagi keberlangsungan media di era digital yang serba kompetitif.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Transformasi dan Konvergensi Media

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Harian Waspada telah memasuki fase konvergensi media, di mana proses kerja redaksi tidak lagi terbatas pada produksi konten cetak, melainkan juga melibatkan adaptasi ke media online dan distribusi

melalui platform media sosial, khususnya Facebook. Konvergensi ini sejalan dengan pandangan Jenkins (2006) yang menekankan bahwa konvergensi bukan sekadar persoalan teknis, melainkan juga kultural. Artinya, audiens kini memiliki peran lebih aktif dalam menentukan jangkauan dan dampak sebuah konten, misalnya melalui komentar, like, dan share

Dorongan “keniscayaan” yang dilihat Redaktur Pelaksana lahir dari perubahan struktur ekologi informasi biaya distribusi digital yang nyaris nol, ritme konsumsi yang berlangsung 24/7, serta kebiasaan khalayak yang beralih ke gawai. Dalam lanskap seperti ini, pendekatan print-first tidak lagi memadai, organisasi media perlu mereposisi prioritas agar aliran produksi dan penyebaran informasi selaras dengan titik temu audiens linimasa dan aplikasi seluler. Dengan kata lain, keputusan strategis bergeser dari “edisi” sebagai satuan kerja menjadi “momen” sebagai satuan atensi.

Implikasi praktis dari dorongan struktural itu adalah perubahan cara kerja harian. Newsroom berpindah dari pola deadline tunggal menuju publikasi berkelanjutan: peliputan, verifikasi, pengemasan, dan distribusi berjalan simultan lintas kanal. Fungsi penjaga gerbang informasi (*gatekeeping*) meluas menjadi mengawasi gerbang informasi (*gatewatching*), di mana isu-isu yang sedang dibicarakan publik dipantau secara real time untuk menentukan prioritas penerbitan. Konsekuensinya, perencanaan tidak lagi hanya berupa daftar berita untuk cetak, melainkan kalender distribusi berbasis insight yang mengatur kapan, di mana, dan dalam format apa sebuah konten dirilis.

Penjelasan lebih lanjut muncul pada dimensi teknologinya. Konvergensi tidak sebatas penggunaan perangkat, melainkan integrasi sistemik untuk paket lintas platform, manajemen aset visual terstandar, dasbor analitik untuk memantau performa, serta kanal koordinasi cepat antarperan seperti diagram dibawah ini :

Tabel 4.1. Skema Peran dalam Transformasi Media

Reporter	Redaktur	Editor Konten	Admin Media Sosial
Mengumpulkan data, menulis berita, dan melakukan wawancara.	Menyunting naskah, memastikan akurasi dan kelayakan berita.	Membuat layout, visual, dan desain konten agar menarik.	Mengelola distribusi konten di media sosial, berinteraksi dengan audiens.

Rantai kerja dipangkas agar time-to-publish kian singkat tanpa mengorbankan verifikasi. Di titik ini, teknologi berfungsi sebagai kerangka operasional yang menyatukan produksi, pengemasan, dan distribusi menjadi satu alur yang lincah.

Lapisan kulturalnya menjelaskan mengapa perubahan pola pikir menjadi krusial. Audiens berperan sebagai ko-kurator melalui komentar, reaksi, dan bagikan, umpan balik tersebut membentuk siklus belajar redaksi apa yang dianggap relevan, bagaimana judul dan visual direspons, dan kapan momentum terbaik diraih.

Pergeseran kuasa ini menuntut tata kelola editorial yang tegas agar orientasi pada engagement tidak menyingkirkan akurasi. Dengan demikian, perspektif Redaktur Pelaksana memaknai transformasi bukan sekadar menambah kanal,

melainkan merancang ulang tata kelola menggabungkan ketepatan jurnalistik dengan logika partisipasi dan kecepatan ekosistem digital.

Pendekatan editor pada tahap digitalisasi dipahami sebagai proses pengarang ulang yang menata ulang naskah cetak menjadi paket yang disesuaikan (*native*) untuk platform. Bukan sekadar memotong panjang teks, melainkan merancang ulang alur argumentasi, ritme, dan penonjolan fakta agar mudah dipindai di layar kecil serta mampu menghentikan gulir jempol. Dengan kerangka ini, nilai-nilai redaksional tetap dijaga, tetapi retorika penyajian disesuaikan dengan kebiasaan konsumsi cepat di linimasa.

Menjelaskan kerangka tadi, praktiknya meliputi ekstraksi gagasan inti (temuan, dampak, dan konteks), lalu pengemasan ke dalam templat lintas kanal. Editor menyiapkan beberapa varian tajuk hemat kata, diksi yang ekonomis, dan penanda visual gambar lapangan, grafis informasi, atau klip singkat serta melengkapi metadata agar ramah mesin dan manusia. Variasi paket ini memungkinkan distribusi adaptif sesuai karakter audiens per kanal.

Meneruskan tahapan produksi tersebut, keputusan lanjutan digerakkan oleh sinyal insight, rasio klik, waktu baca, kecepatan sebar, serta nuansa percakapan di kolom komentar. Data itu berfungsi sebagai umpan balik untuk menentukan tindak lanjut apakah perlu liputan berkelanjutan, sudut baru, atau penjelasan verifikatif.

Implikasi dari mekanisme ini menuntut tata kelola yang menjaga mutu lapis verifikasi tetap wajib, standar gaya untuk platform sosial ditegakkan, dan moderasi diterapkan agar respons cepat tidak mengorbankan akurasi. Di saat yang sama, peluang terbuka bagi penceritaan iterative pembaruan real time, rangkaian posting

tematik, atau video ringkas yang memperkaya layanan informasi tanpa terjebak sensasionalisme. Dengan keseimbangan tersebut, peran editor bergeser dari “penjaga pintu” menjadi arsitek paket lintas medium yang memadukan ketepatan, keterbacaan, dan partisipasi audiens.

Pemikiran pengelola akun menekankan kecepatan sebagai kewajiban editorial, begitu laporan lapangan lolos verifikasi, unggahan diproses tanpa penundaan agar pemberitaan tidak kalah cepat dibanding pesaing maupun grup komunitas yang bebas beredar. Keharusan ini lahir dari kompetisi perhatian di linimasa digital apabila media terlambat, momentum berita hilang dan kesempatan untuk mengendalikan narasi menurun. Oleh karena itu, protokol kerja menempatkan publikasi segera sebagai langkah preventif mempertahankan relevansi institusi di hadapan publik daring.

Untuk merealisasikan tuntutan tersebut, praktik harian menata alur operasional yang terukur reporter mengirimkan materi singkat dan bukti visual melalui saluran komunikasi internal, editor melakukan penyuntingan cepat, lalu paket berita disiapkan dalam format siap-pasang (judul pendek, pratayang gambar, caption ringkas) sebelum dipublikasikan. Proses ini didukung oleh perangkat lunak manajemen konten dan jadwal posting otomatis sehingga waktu antara verifikasi dan publikasi dapat dipangkas. Langkah teknis ini menjelaskan bagaimana tekanan atas tempo dapat diatasi tanpa mengabaikan lapis pengecekan.

Dari alur kerja tersebut muncul fungsi baru, umpan balik pengguna menjadi sinyal operasional yang memicu tindak lanjut redaksional. Komentar, tanda suka,

serta pembagian berfungsi sebagai indikator minat sekaligus sumber petunjuk untuk peliputan lanjutan atau klarifikasi bila muncul pertanyaan dan disinformasi.

Tim memantau metrik performa secara berkala; lonjakan respons pada satu unggahan akan mengaktifkan prosedur lanjutan misalnya mengirim reporter untuk verifikasi tambahan atau menyiapkan artikel penjelas sehingga respons publik berperan nyata dalam menentukan agenda kerja berikutnya.

Konsekuensi dari dinamika ini adalah pergeseran keseimbangan otoritas editorial, keputusan redaksi kini mesti mempertimbangkan dorongan partisipatif tanpa mengorbankan etika dan akurasi. Karena respons publik dapat mendorong agenda pemberitaan, institusi harus membangun mekanisme tata Kelola pedoman moderasi, kriteria prioritas tindak lanjut, serta indikator kualitas selain sekadar jangkauan agar keterlibatan tidak mengarah pada sensasionalisme. Dengan kata lain, keterbukaan terhadap sinyal pembaca perlu disandingkan dengan kebijakan pengendalian mutu agar kredibilitas tetap terjaga.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa transformasi Harian Waspada tidak hanya terjadi pada aspek teknis berupa digitalisasi konten, tetapi juga menyentuh aspek kultural berupa perubahan relasi antara media dan audiens. Konvergensi media menjadikan pembaca bukan sekadar penerima informasi, melainkan turut menentukan seberapa jauh jangkauan sebuah berita. Konteks ini menegaskan relevansi teori Jenkins (2006) dalam memahami dinamika media lokal di era digital, sekaligus menunjukkan bahwa keberhasilan Harian Waspada di ruang digital sangat ditentukan oleh kemampuan redaksi mengelola interaksi publik sebagai bagian integral dari ekosistem media.

4.2.2. Strategi Komunikasi dalam Distribusi Konten

Strategi komunikasi dalam distribusi konten Harian Waspada menunjukkan adanya perencanaan yang sistematis mulai dari tahap pemilihan platform, pengemasan pesan, penentuan jadwal publikasi, hingga pengelolaan interaksi audiens. Temuan penelitian ini konsisten dengan kerangka teori Prasetyo (2020) yang menekankan bahwa strategi komunikasi tidak sekadar penyampaian pesan, tetapi juga mencakup proses perencanaan yang terstruktur agar pesan dapat diterima dengan efektif oleh audiens. Dalam konteks ini, pilihan Harian Waspada untuk memaksimalkan Facebook sebagai kanal distribusi digital merupakan hasil analisis atas perilaku pembaca lokal yang mayoritas aktif di platform tersebut.

Keputusan memilih Facebook sebagai kanal utama bukanlah tindakan impulsif atau sekadar coba-coba, hasil wawancara dengan redaktur pelaksana menunjukkan bahwa pilihan itu lahir dari kajian yang matang. Tim pengambil keputusan memposisikan pilihan saluran sebagai langkah berorientasi tujuan untuk memaksimalkan jangkauan sekaligus mempertahankan otoritas berita di mata pembaca lokal. Pernyataan ini menegaskan bahwa pemilihan medium distribusi dipandang sebagai bagian integral dari upaya mempertahankan posisi institusi dalam

Perbandingan kinerja antar platform menunjukkan kecenderungan konsisten pada segmentasi demografis tertentu sehingga pilihan saluran bukan sekadar popularitas, melainkan kesesuaian antara karakter pengguna dan profil pembaca yang dituju.

Redaksi menegaskan bahwa cara penyajian harus selaras dengan tujuan kredibilitas dan relevansi. Maka, gaya penulisan, prosedur verifikasi, dan variasi bentuk berita disesuaikan agar pesan tidak hanya sampai tetapi juga diterima sebagai informasi yang dapat dipercaya. Pendekatan ini memaksa redaksi memikirkan ulang framing, tone, dan bukti transparan dalam setiap publikasi agar membangun dan mempertahankan kepercayaan publik.

Penyusunan kalender penerbitan berdasarkan jam aktif audiens, mekanisme pemantauan kinerja secara berkala, serta tata kelola komentar untuk menjaga kualitas diskusi. Indikator terukur seperti tingkat keterbacaan, retensi pengguna, dan metrik kepercayaan dipergunakan sebagai umpan balik untuk perbaikan berkelanjutan. Rekomendasi yang muncul adalah memperkuat kapabilitas produksi multimedia, mengintegrasikan hasil analitik dalam rapat redaksi, dan merencanakan ekspansi saluran.

Setiap materi dipilah, dipadatkan, lalu dibungkus ulang dengan gaya bahasa lebih ringkas, tajuk yang menarik, serta elemen visual agar sesuai dengan pola komunikasi khas media sosial. Langkah ini mencerminkan kesadaran redaksi terhadap kebutuhan audiens yang terbiasa mengonsumsi informasi secara cepat dan praktis.

Karakter konsumsi yang serba singkat menuntut penyajian informasi yang mudah dipahami dalam waktu singkat, sehingga kombinasi ringkasan berita dan visual berfungsi sebagai pintu masuk untuk menarik perhatian sekaligus menyampaikan inti peristiwa secara efektif.

Redaksi menekankan pengambilan fakta paling penting sebagai inti berita, menyederhanakan kalimat kompleks menjadi lebih lugas, menambahkan kutipan kuat untuk memberi legitimasi, serta melengkapi dengan foto atau grafis singkat yang membantu memperjelas konteks. Meskipun dipadatkan, proses ini tetap mengikuti standar verifikasi agar akurasi tidak terganggu oleh tuntutan kecepatan.

Strategi tersebut tidak berhenti pada tahap penyajian, melainkan berlanjut dengan interaksi dari audiens. Setiap komentar, reaksi, dan pola berbagi diamati sebagai indikator penting untuk menilai efektivitas pesan. Data tersebut kemudian digunakan untuk menguji kekuatan judul, menilai format konten, hingga menentukan waktu unggah yang paling sesuai dengan kebiasaan pengguna.

Keterampilan multimedia perlu diperkuat, analisis data mulai dilibatkan dalam rapat, dan evaluasi rutin dijadikan bagian dari prosedur kerja. Dengan cara itu, hubungan antara media dan pembacanya berkembang menjadi dialog dua arah yang bukan hanya memperluas jangkauan, tetapi juga meneguhkan kredibilitas serta relevansi media di ruang digital.

Fokus utama berpusat pada menyusun jadwal unggahan yang konsisten pada puncak aktivitas pengguna, pagi, siang, dan malam. Pendekatan ini bukan sekadar soal frekuensi, melainkan upaya sistematis agar konten tampil pada momen ketika peluang dilihat dan dibagikan paling besar.

Penekanan pada momen publikasi tersebut berangkat dari pemahaman bahwa perhatian daring bergerak cepat dan bersifat temporal, menempatkan informasi pada titik waktu yang tepat meningkatkan probabilitas pesan tertangkap sebelum aliran konten lain mengalihkan perhatian. Oleh karena itu, pemilihan slot waktu dan

kesiapan untuk merespons insiden secara langsung menjadi strategi untuk mempertahankan relevansi berita dalam arus yang cepat berubah.

Kesigapan dalam merespons dan mengelola percakapan di kolom publikasi adalah kelanjutan logis dari strategi waktu itu, ketika pesan tiba pada waktu yang tepat, reaksi publik muncul lebih cepat dan tanggapan redaksi yang cepat akan menjaga percakapan tetap produktif, menekan penyebaran hoaks, serta mendorong interaksi yang bernilai. Moderasi yang konsisten dan respons yang tepat waktu juga berfungsi sebagai sinyal profesionalisme.

Untuk memastikan bahwa tindakan moderasi dan kecepatan publikasi memang efektif, tim memanfaatkan data platform sebagai alat ukur dan panduan. Indikator seperti jangkauan, rasio interaksi, waktu respons rata-rata, serta analisis sentimen dijadikan dasar evaluasi.

Dengan memasukkan analitik ke dalam rutinitas kerja dan menetapkan tolok ukur kinerja, redaksi mampu menutup siklus perencanaan-eksekusi-evaluasi yang membuat operasi media lebih responsif dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dari perspektif ketiga informan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Harian Waspada dalam distribusi konten tidak berhenti pada aspek teknis, melainkan mencakup dimensi perencanaan, pengemasan pesan, timing publikasi, hingga interaksi partisipatif dengan audiens. Strategi ini memperlihatkan bahwa distribusi konten di Facebook bukan sekadar upaya penyebaran informasi, melainkan proses komunikasi yang terstruktur, partisipatif, dan adaptif terhadap dinamika audiens digital.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Harian Waspada telah memasuki fase konvergensi media, di mana produk jurnalistik tidak lagi terbatas pada edisi cetak, tetapi diadaptasi ke berbagai format digital melalui platform online dan media sosial. Proses ini mencerminkan konvergensi teknologi (pemanfaatan perangkat digital dan sistem terpadu) sekaligus konvergensi budaya (audiens berperan aktif melalui komentar, reaksi, dan berbagi konten). Transformasi ini menjadikan audiens tidak hanya sebagai konsumen informasi, melainkan juga mitra dalam menentukan jangkauan dan relevansi berita.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Transformasi Media Lokal di Era Digital: Studi Strategi Distribusi Konten Harian Waspada di Facebook, ditarik simpulan sebagai berikut

1. Transformasi digital Harian Waspada menghadapi beberapa tantangan dan peluang , yaitu keterbatasan SDM yang belum sepenuhnya menguasai keterampilan digital, persaingan dengan media nasional maupun akun komunitas lokal, ketergantungan pada algoritma Facebook yang memengaruhi jangkauan konten, serta tekanan terhadap kualitas jurnalistik akibat dorongan mengejar engagement. Tantangan-tantangan ini menuntut manajemen redaksi untuk menjaga keseimbangan antara popularitas konten dengan standar akurasi dan kredibilitas.

Sedangkan peluang yang signifikan bagi Harian Waspada. Efisiensi biaya distribusi menjadikan digital lebih ekonomis dibandingkan cetak, sementara kehadiran di media sosial memperkuat branding sebagai media lokal yang adaptif. Selain itu, interaksi dengan audiens membuka peluang untuk membangun komunitas pembaca yang loyal sekaligus memperluas jangkauan informasi. Dengan strategi yang tepat, peluang ini dapat memperkuat posisi Harian Waspada di tengah persaingan media digital

2. Strategi distribusi konten Harian Waspada di Facebook sejalan dengan teori strategi komunikasi, mencakup perencanaan media, pemilihan platform, pengemasan pesan, penjadwalan, serta pengelolaan interaksi audiens. Facebook dipilih karena memiliki basis pengguna besar di Sumatera Utara. Konten disesuaikan dengan gaya komunikasi media sosial, dipublikasikan secara konsisten pada jam aktif pengguna, dan dikawal dengan interaksi dua arah. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi konten tidak sekadar penyampaian informasi, tetapi juga proses komunikasi partisipatif.

5.2. Saran

1. Saran Teoritis

Penelitian ini memperlihatkan pentingnya menyeimbangkan popularitas konten dengan nilai-nilai dasar jurnalistik. Secara teoritis, hasil ini menegaskan relevansi konsep konvergensi media dan strategi komunikasi partisipatif dalam kerangka kajian komunikasi massa. Teori-teori tersebut dapat terus dikembangkan

untuk menjelaskan bagaimana media lokal mempertahankan kredibilitas di tengah tekanan algoritma dan tuntutan engagement audiens.

2. Saran Akademis

Dari sisi akademis, penelitian ini membuka ruang kajian lanjutan tentang bagaimana media lokal mampu mempertahankan eksistensinya melalui diferensiasi konten lokal yang khas. Mahasiswa atau peneliti selanjutnya dapat mendalami aspek identitas, budaya, serta representasi lokal dalam strategi distribusi konten digital.

Aspek ini juga relevan untuk penelitian akademik, khususnya terkait analisis perbandingan efektivitas platform (Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp/Telegram). Peneliti di masa depan bisa melakukan kajian kuantitatif maupun kualitatif mengenai platform mana yang paling efektif bagi media lokal dalam membangun engagement audiens.

3. Saran Praktis

Secara praktis, Harian Waspada perlu memberikan pelatihan keterampilan digital (desain visual, copywriting singkat, analisis data, manajemen media sosial) bagi redaksi dan staf. Hal ini penting untuk memperkuat kapasitas internal dalam menghadapi tantangan distribusi konten di era digital.

Dalam praktik sehari-hari, pengelolaan interaksi di media sosial perlu diperhatikan melalui moderasi komentar, respons cepat, serta analisis insight audiens. Upaya ini akan menjaga citra positif Waspada sekaligus mempererat hubungan dengan pembaca sebagai komunitas digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrinda, R., Irawan, B., Ilmu, K. B., & 2020, . Interaktivitas Website Belimbing. Id Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Sistem Pelayanan Masyarakat Di Kelurahan Belimbing Kecamatan. *Ejournal.Iikom.Fisip-Unmul.Ac.Id*, 8(1),
- Ahsani, T., & Nurul, H. (2020). *Konvergensi Media Surat Kabar harian Lokal jateng Pos*.
- Anang Sujoko, M. H. (2020, September). *Media Dan Dinamika Demokrasi* .
- Arum, F. (2019). *Strategi Konvergensi Media dalam Distribusi Konten (Studi Kualitatif Deskriptif pada NET Biro Yogyakarta)*.
- Aziza, E. N. (2022). *Strategi manajemen konvergensi media pada redaksi Newsroom Diskominfoantik Kabupaten Bekasi*. 5(November), 387–405.
- Fagerjord, A., & Storsul, T. (2007). *Questioning convergence*.
- Fajarini, S. D., Kurniawati, J., & Yuliani, F. (2025a). Transisi Media Tradisional Ke Digital (Studi Kasus Pada Media Lokal Di Bengkulu). *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 7(1), 551–568.
- Fajarini, S. D., Kurniawati, J., & Yuliani, F. (2025b). Transisi Media Tradisional Ke Digital (Studi Kasus Pada Media Lokal Di Bengkulu). *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*,
- Fanyra, J., Sambas, H. S., & Yanti, M. (2025). Transformasi Public Speaking Profesional Di Era Disrupsi Digital Dalam Menghadapi Tantangan Adaptasi Dan Strategi Komunikasi Publik. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*,

- Fikri AR, M. . (2015). *Konflik agama dan konstruksi new media : kajian kritis pemberitaan konflik di media berita online*. 270.
- Hasan, K., Husna, A., & Fitri, D. (2023). Transformasi Komunikasi Massa Era Digital Antara Peluang Dan Tantangan. *JPP Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 8, 41–55.
- Henry Jenkins *Convergence Culture Where Old and New Media Collide*. (2006). www.nyupress.
- Herawan, R. (2023). *Strategi pendistribusian berita media online IDN Times melalui konten Twitter: Studi kasus pada akun Twitter@ IDNTimes*.
- Information, L. L.-, Society, C. &, & 2009, undefined. (2009). New media, mediation, and communication study. *Taylor & Francis*, 12(3), 303–325.
- Kaplan, A. M. (2015). Social Media, the Digital Revolution, and the Business of Media. *JMM International Journal on Media Management*, 17(4), 197–199.
- Mardhiyyah, M. (2023a). Konvergensi Media (Analisis Transformasi Media Konvensional Dalam Perspektif Ekonomi Kritis). *Jurnal An-Nida*, 15(2), 129–144.
- Mardhiyyah, M. (2023b). Konvergensi Media (Analisis Transformasi Media konvensional dalam Perspektif Ekonomi Kritis). *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 15(2), 129–144.
- McQuail, D. (2010). The Rise of Mass Media. *McQuail's Mass Communication Theory*, 633.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's media and mass communication theory*.

Media Sosial sebagai Transformasi Digital Media Relation dan Digital Marketing

UMKM- Ati Hidayatul dan Liana Nur (2025). . Retrieved July 19, 2025,

milles, matthew B. (2014). Qualitative Data Analysis - Matthew B. Miles, A.

Michael Huberman, Johnny Saldana -

Mubarok, A. (2025.). PENERAPAN MODEL BISNIS DI MEDIA ONLINE JAWA

TENGAH STUDI KASUS PADA PANTURAPOST. COM.

Repository.Uinjkt.Ac.IdA Mubarokrepository.Uinjkt.Ac.Id. Retrieved July 19, 2025,

PATRISIA, B. (2022). KETERSEDIAAN INTERAKTIVITAS SITUS WEB DAN

MEDIA SOSIAL PERUSAHAAN SWASTA DALAM MENGOMUNIKASIKAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL.

Produksi, T. (2025). Konvergensi Media Mainstream dan Media Sosial : Tinjauan

Literatur Terhadap Konvergensi Media Mainstream dan Media Sosial :

Tinjauan Literatur Terhadap Transformasi Produksi dan Konsumsi Informasi.

Rahmanita Ginting. (2020). Kemampuan Literasi Media pada Era Informasi Digital

di Kalangan Mahasiswa Kota Medan. Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA), 3(1).

Rinaya Triananda Saradewi, Pandan Yudhaprarnesti, & Abie Besman. (2025).

Analisis Manajemen Strategi Harian Kompas dalam Menghadapi Transformasi Digital. Jurnal Komputer, Informasi Dan Teknologi, 5(1), 10.

Rosemarwati, T. U., Lindawati, L., & others. (2019). Penggunaan media sosial

sebagai sumber berita oleh jurnalis media daring di Indonesia. Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, 23(2), 101–114.

- Rumra, S. A., Latif, S. S., & Yusmanizar. (2024). Transformasi Penyampaian Pesan Dari Media Cetak ke Media Sosial (Studi Kasus pada Media Cetak Youtube, Instagram dan Tiktok Harian Rakyat Maluku). *Cite This: J.SST*, 4(1), 1–11.
- Sari, F. (2022). Konvergensi dan Manajemen SDM Media Lokal. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 239–252.
- Sehat, Y., Dan Akuntabel, A., & Ali Haji, R. (2017). *PROSIDING PELAKSANAAN PILKADA SERENTAK*.
- Simanjuntak, S. H., & Widodo, W. (2025). Analisis Pengaruh Perubahan Struktural Ekonomi dalam Sistem Multiregional di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE)*, 3(1), 28–41.
- Sosioteknologi, R. N.-J., & 2017, undefined. (n.d.). Blogger dan digital word of mouth: getok tular digital ala blogger dalam komunikasi pemasaran di media sosial. *Academia.EduR NasrullahJurnal Sosioteknologi*, 2017•*academia.Edu*. Retrieved August 14, 2025,
- studies, M. D.-I. journal of cultural, & 2007, undefined. (2007). Convergence culture in the creative industries. *Journals.Sagepub.Com*, 10(2), 243–263.
- Subria Mamis, K. E. J. N. (2025, July). *Komunikasi dalam Perspektif Sosial Budaya* .
- Suryasuciramdhan, A., Zulfikar, M., ... E. R.-... I. J. I., & 2025, Peran Media Public Relations dalam Menciptakan Engagement di Era Digital. *Core.Ac.Uk*. Retrieved October 3, 2025,
- Syafrina, A., Komunikasi, M. A.-J., Masyarakat, undefined, & 2021, undefined. (2024). Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Komunikasi dan

- Informasi di Kalangan Remaja (Studi Deskriptif Pada Remaja Di Alamanda Regency Blok M. 5. *Ejurnal.Ubharajaya.Ac.Id*, 4(1), 69–81.
- T. Prasetyo, Iskandar Zulkarnain, & Ribut Priadi. (2020). Strategi Komunikasi Organisasi Arah Ersada Dalam Meningkatkan Solidaritas Pada Masyarakat Terdampak. *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 3(1).
- Teknologi dan Informasi Bisnis, J., & Faidlatul Habibah, A. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363.
- Thariq, M., & Priadi, R. (2019). Pemahaman Jurnalis Lokal Dalam Peliputan Pemilu 2019 Di Sumatera Utara. In *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* (Vol. 5, Issue 2).
- Toffler, Alvin. (1989). *The Third Wave: The Classical Study of Tomorrow*.
- Wulan, T. S., Devi, P. A. P., Kurniati, D., & others. (2024). Digital Tranformation and Impact on Organizational Change and Performance. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 188–196.
- Yvonna s Lincon, E. G. G. (1985). *Naturalistic Inquiry - Yvonna S. Lincoln, Egon G. Guba - Google Buku*. Sage Publication Ltd.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

Judul Penelitian: *Transformasi Media Lokal di Era Digital: Studi Strategi Distribusi Konten Harian Waspada di Facebook*

A. Informan: Rizal Anwar (Redaktur Pelaksana Waspada.id)

1. Pertanyaan Pembuka

- Mohon Bapak dapat menceritakan secara singkat bagaimana Harian Waspada bertransformasi dari media cetak ke digital.

2. Pertanyaan Inti

1. Mengapa Harian Waspada memilih Facebook sebagai kanal distribusi utama?
2. Apa keunggulan Facebook dibandingkan platform lain seperti Instagram atau Twitter?
3. Bagaimana transformasi digital mengubah prioritas redaksi dari cetak ke digital?
4. Bagaimana pandangan Bapak tentang interaksi dengan audiens di media sosial?
5. Apa tantangan terbesar dalam distribusi berita digital saat ini?
6. Bagaimana risiko perubahan algoritma Facebook memengaruhi distribusi berita?

7. Bagaimana cara Waspada menjaga kualitas jurnalistik di tengah tuntutan engagement?
8. Apa manfaat distribusi digital dari sisi biaya dan efisiensi?
9. Bagaimana dampak branding digital terhadap citra Waspada, khususnya bagi generasi muda?
10. Menurut Bapak, apa peluang besar dari transformasi digital bagi media lokal seperti Waspada?

3. Pertanyaan Penutup

- Apa harapan Bapak terhadap perkembangan Harian Waspada di era digital ke depan?

B. Informan: Abdul Afandi (Editor Konten Facebook Waspada.id)

1. Pertanyaan Pembuka

- Bisa diceritakan bagaimana proses kerja Bapak dalam mengelola konten digital Waspada.id?

2. Pertanyaan Inti

1. Bagaimana Bapak menyesuaikan konten cetak atau online agar sesuai untuk Facebook?
2. Mengapa optimasi format konten menjadi penting di media sosial?
3. Bagaimana proses adaptasi berita cetak ke media sosial dilakukan?
4. Mengapa judul berita di Facebook sering berbeda dengan edisi cetak?
5. Apa peran visual dalam distribusi berita digital?
6. Bagaimana pandangan Bapak tentang interaksi audiens di Facebook?

7. Apa tantangan terbesar dalam menjaga konten tetap informatif sekaligus menarik?
8. Apa kendala Bapak dalam bekerja hampir seorang diri?
9. Bagaimana Bapak menyeimbangkan antara popularitas konten dan kualitas jurnalistik?
10. Apa harapan Bapak terkait pengembangan tim digital di Waspada?

3. Pertanyaan Penutup

- Apa pesan Bapak untuk jurnalis atau editor muda yang ingin fokus di bidang konten digital?

C. Informan: Novi (Admin Media Sosial Facebook Waspada.id)

1. Pertanyaan Pembuka

- Bisa dijelaskan bagaimana keseharian Ibu dalam mengelola akun Facebook Waspada.id?

2. Pertanyaan Inti

1. Bagaimana strategi penjadwalan publikasi konten yang biasanya dilakukan?
2. Apa peran utama Ibu sebagai admin media sosial?
3. Bagaimana cara Ibu menyikapi komentar audiens yang beragam?
4. Apa tantangan terbesar sebagai admin tunggal?
5. Bagaimana Ibu memandang interaksi audiens di Facebook?
6. Mengapa interaksi dianggap strategis, bukan sekadar teknis?
7. Apa langkah Ibu ketika menghadapi komentar provokatif?
8. Apa dampak bekerja seorang diri terhadap kinerja pengelolaan akun?

9. Apa keuntungan distribusi berita lewat Facebook dibandingkan media cetak?

10. Apa harapan Ibu terkait pengelolaan media sosial Waspada di masa depan?

3. Pertanyaan Penutup

- Apa pengalaman paling berkesan selama menjadi admin media sosial Waspada.id?

Lampiran 2 : Hasil Wawancara

A. Informan: Rizal Anwar (Redaktur Pelaksana Waspada.id)

Tanya: Mengapa Harian Waspada memilih Facebook sebagai kanal distribusi utama?

Jawab: Karena Facebook memiliki basis pengguna sangat besar di Sumatera Utara, lintas generasi, dan efektif untuk membagikan tautan berita.

Tanya: Apa keunggulan Facebook dibandingkan platform lain?

Jawab: Facebook lebih populer, lebih mudah dioperasikan, dan memiliki fitur insight untuk analisis audiens.

Tanya: Bagaimana transformasi digital mengubah prioritas redaksi?

Jawab: Dulu orientasi utama adalah cetak, kini distribusi digital menjadi prioritas karena mayoritas pembaca mengakses berita lewat smartphone.

Tanya: Bagaimana pandangan Anda tentang interaksi audiens?

Jawab: Interaksi adalah feedback berharga yang membantu redaksi memahami isu yang diminati publik.

Tanya: Apa tantangan terbesar dalam distribusi digital?

Jawab: Tantangannya keterbatasan SDM digital, ketergantungan pada algoritma, dan menjaga kualitas jurnalistik.

Tanya: Bagaimana pengaruh perubahan algoritma Facebook terhadap distribusi berita?

Jawab: Sangat berpengaruh, kadang berita penting tenggelam, meskipun sudah dibuat sesuai standar.

Tanya: Bagaimana cara menjaga kualitas jurnalistik di media sosial?

Jawab: Dengan tetap menyeimbangkan kebutuhan engagement tanpa mengorbankan akurasi dan etika.

Tanya: Apa keuntungan distribusi digital dari sisi biaya?

Jawab: Lebih efisien karena tidak perlu biaya cetak dan logistik, hanya butuh internet dan perangkat.

Tanya: Bagaimana dampak branding digital terhadap citra Waspada?

Jawab: Membuat Waspada lebih dikenal generasi muda dan membuka peluang kerja sama dengan pihak luar.

Tanya: Apa peluang terbesar dari transformasi digital?

Jawab: Peluangnya memperluas jangkauan, menekan biaya distribusi, dan memperkuat identitas Waspada sebagai media modern.

B. Informan: Abdul Afandi (Editor Konten Facebook Waspada.id)

Tanya: Bagaimana Anda menyesuaikan konten cetak atau online untuk Facebook?

Jawab: Konten dipilih ulang, diringkas, diberi judul kuat, ditambahkan visual, dan disesuaikan dengan gaya bahasa ringan.

Tanya: Mengapa optimasi format konten penting di media sosial?

Jawab: Karena audiens lebih suka berita singkat, padat, dan visual yang menarik.

Tanya: Bagaimana proses adaptasi berita cetak ke media sosial?

Jawab: Dengan menyusun ulang lead, menyingkat paragraf, dan memilih poin utama.

Tanya: Mengapa judul berita di Facebook berbeda dengan versi cetak?

Jawab: Karena judul di Facebook harus lebih kuat dan lugas agar menarik perhatian pengguna.

Tanya: Apa peran visual dalam distribusi konten?

Jawab: Visual sangat penting, bahkan jadi penentu utama agar konten dilirik audiens.

Tanya: Bagaimana pandangan Anda tentang interaksi audiens di Facebook?

Jawab: Interaksi adalah indikator apakah konten relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Tanya: Apa tantangan terbesar dalam pekerjaan Anda?

Jawab: Menjaga konten tetap informatif tanpa kehilangan daya tarik, dengan keterbatasan SDM.

Tanya: Apa kendala Anda dalam bekerja hampir seorang diri?

Jawab: Beban kerja berat, mulai dari kurasi berita, editing, hingga menyiapkan visual.

Tanya: Bagaimana menjaga keseimbangan antara popularitas dan kualitas berita?

Jawab: Dengan tidak mengorbankan akurasi meski judul atau visual harus lebih menarik.

Tanya: Apa harapan Anda untuk pengelolaan konten digital ke depan?

Jawab: Semoga ada tambahan tim digital dengan keahlian multimedia agar distribusi lebih optimal.

C. Informan: Novi (Admin Media Sosial Facebook Waspada.id)

Tanya: Bagaimana strategi penjadwalan publikasi konten di Facebook?

Jawab: Kami biasanya mengunggah 50 lebih konten per hari, terutama pagi, siang, dan malam sesuai jam aktif audiens.

Tanya: Apa peran utama Anda sebagai admin media sosial?

Jawab: Membagikan berita, memantau interaksi, menanggapi komentar, dan menjaga citra Waspada.

Tanya: Bagaimana Anda menyikapi komentar audiens yang beragam?

Jawab: Saya merespons cepat, memoderasi komentar, dan melaporkan isu sensitif ke redaksi.

Tanya: Apa tantangan terbesar sebagai admin tunggal?

Jawab: Harus membagi fokus antara distribusi konten, memantau interaksi, dan pelaporan.

Tanya: Bagaimana pandangan Anda tentang interaksi audiens?

Jawab: Interaksi adalah bagian penting untuk menjaga citra media dan membangun kedekatan emosional dengan pembaca.

Tanya: Mengapa interaksi dianggap strategis, bukan sekadar teknis?

Jawab: Karena cara admin menanggapi komentar sangat memengaruhi citra media.

Tanya: Apa yang Anda lakukan ketika ada komentar provokatif?

Jawab: Saya melakukan moderasi, menanggapi bijak, atau melaporkannya ke redaksi.

Tanya: Apa dampak bekerja seorang diri terhadap kinerja Anda?

Jawab: Komunikasi dengan audiens belum maksimal karena tenaga dan waktu terbatas.

Tanya: Apa keuntungan distribusi berita lewat Facebook dari sisi biaya?

Jawab: Jauh lebih hemat dibandingkan cetak karena tidak ada biaya logistik, cukup internet.

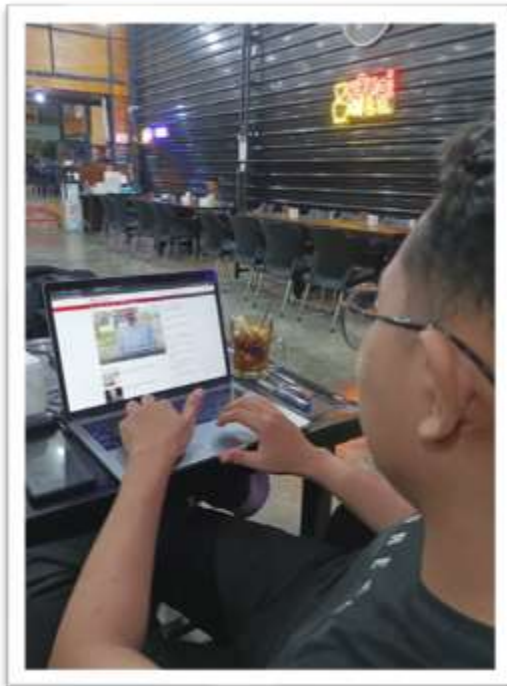
Tanya: Apa harapan Anda untuk pengelolaan media sosial Waspada?

Jawab: Semoga terbentuk tim khusus dengan SDM memadai agar kualitas konten dan interaksi meningkat.

Lampiran 3 : Dokumentasi



Wawancara Dengan Redaktur Pelaksana /Audiens Membuka Facebook Waspada id



Audiens Membuka Portal Waspada id / Wawancara dengan Editor Konten Waspada id



WASPADA.id

Demi Kebenaran Dan Keadilan

Kantor Pusat/Head Office:

Jln. Letjend. Supren/Simpang Kelamai No. 1

Medan-Indonesia Telp. (061) 4150818 (D Line)

Fax. (061) 4150025, 4151315, 4150411 (Koran)

Website: www.waspada.id

Email: koranwaspada@gmail.com & iklan.waspada@yahoo.co.id

Media On Line

PT. WASPADA MEDAN INDONESIA

Perwakilan:

Jakarta Jln. Sunda 9 6 Pasar Minggu

Jakarta Selatan Telp. (021) 75187032 Fax. 7913016

Banda Aceh - Jl. Raja Saifuddin No. 31C 29132 Telp. 0651/12205

Lubuksumbar - Jln. Iskandar Muda No. 83 A Telp. 0661/42703

Kuala - Jln. Y. Sudomo No. 38 Telp. 0423/3000178

SURAT KETERANGAN

Nomor : 067/VIII/25/WMI

Pemimpin Umum PT. Waspada Medan Indonesia (Waspada.id) menerangkan bahwa :

Nama : Gustan
NPM : 2320040049
Prodi : Ilmu Komunikasi

Benar telah melaksanakan penelitian/riset di perusahaan kami dengan judul "*Transpormasi Media Lokal Di Era Digitan : Studi Strategi Distribusi Konten Harian Waspada Di Facebook*".

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Dikeluarkan di : Medan

Pada Tanggal : 29 Agustus 2025

HENDRIK PRAYITNO
Pemimpin Perusahaan

cc. arsip

RIWAYAT HIDUP

Gustan lahir di Dusan Sukamulia Desa Terang Bulan Kabupaten Labuhan Batu Utara Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 29 Mei 1975, anak pertama dari sembilan bersaudara dari pasangan Bapak H. Muhammad Rosip Pasaribu dengan Ibu Hj.Ummi Kalsum Marpaung. Status menikah dengan Vera Siska, SE

Pendidikan penulis dimulai dari Sekolah Dasar (SD) Negeri 112300 Kongsu Enam yang lulus pada tahun 1987, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) Bandar Durian yang lulus tahun 1990, Sekolah Menengah Umum (SMU) Negeri 1 Aek Kanopan yang lulus tahun 1993. Penulis melanjutkan pendidikan jenjang S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Kehumasan yang lulus tahun 1997. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang lulus tahun 2025.

Penulis mengawali dunia pekerjaan sebagai Wartawan di harian Analisa bertugas di Kota Tanjungbalai Provinsi Sumatera Utara (2002–2016), kemudian menjadi Komisioner Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Tanjungbalai Provinsi Sumatera Utara selama dua, pada periode 2013-2018 dan 2018-2023. Usai mengabdikan sebagai penyelenggara Pemilihan Umum, Penulis Kembali melanjutkan profesi sebagai Redaksi/wartawan di media online analisamedan.com sampai saat ini.