

Praktik Jurnalisme Media Sosial pada Industri Pers Lokal (Studi Kasus Terhadap Radar Bekasi dan Karawang)

Nurul Lailatu Alfiyah¹, Fajar Hariyanto², Hendry Roris P. Sianturi³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

E-mail: 2110631190108@student.unsika.ac.id¹, fajar.hariyanto@fisip.unsika.ac.id²,
hendry.roris@fisip.unsika.ac.id²

Article History:

Received: 30 Oktober 2025

Revised: 28 November 2025

Accepted: 09 Desember 2025

Keywords: *Konvergensi media, Jurnalisme media sosial, Radar Bekasi, Radar Karawang, Etika jurnalistik*

Abstract: *Perkembangan teknologi digital telah mendorong media lokal di Indonesia untuk melakukan konvergensi media, yaitu penggabungan praktik jurnalistik tradisional dengan platform digital dan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi, tantangan, dan dinamika jurnalisme media sosial pada Radar Bekasi dan Radar Karawang, yang mencakup aspek produksi, diseminasi, konsumsi berita, serta penerapan etika jurnalistik. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui wawancara mendalam, observasi, dan kajian literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radar Bekasi menekankan kompetensi multitasking jurnalis, kurasi internal, serta distribusi konten yang terstruktur sesuai data insight audiens, sedangkan Radar Karawang lebih mengedepankan rapat redaksi kolektif, distribusi cepat, serta fokus pada isu kriminalitas, sensasi, dan empati sosial. Kedua media sama-sama menghadapi dilema besar dalam menjaga keseimbangan antara kecepatan dan verifikasi, popularitas dan tanggung jawab edukatif, serta idealisme etika dan tuntutan algoritma media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi media sosial dalam jurnalisme lokal memperkuat relevansi media di era digital, tetapi juga menuntut peningkatan kapasitas jurnalis, penguatan mekanisme verifikasi, dan pengelolaan interaksi audiens secara profesional agar kredibilitas dan fungsi edukatif media tetap terjaga.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong media lokal di Indonesia, seperti Radar Bekasi dan Radar Karawang, untuk melakukan konvergensi media, yaitu penggabungan praktik jurnalistik tradisional dengan platform digital dan media sosial. Transformasi ini tidak hanya melibatkan migrasi berita dari cetak ke online, tetapi juga adaptasi konten visual, narasi singkat, dan interaksi dua arah dengan audiens. Konvergensi media mencerminkan upaya media lokal dalam mempertahankan relevansi di tengah penurunan minat terhadap media cetak dan perubahan

gaya konsumsi informasi masyarakat yang kini lebih memilih konten cepat, ringkas, dan mudah dibagikan melalui gawai.

Media sosial memainkan peran strategis dalam transformasi ini. Data dari akun resmi Radar Bekasi dan Radar Karawang menunjukkan tingginya jumlah pengikut di berbagai platform: Instagram, TikTok, dan Facebook. Tingginya jumlah pengikut menandakan kemampuan kedua media dalam menjangkau audiens digital yang luas, sehingga mempermudah diseminasi berita dan interaksi dengan komunitas online. Media sosial telah mengubah praktik jurnalisme di Indonesia, termasuk aspek produksi, diseminasi, dan konsumsi berita. Pada sisi produksi, jurnalis memanfaatkan fitur unik platform untuk pencarian sumber, pembuatan konten visual, dan wawancara virtual, yang berbeda dengan praktik konvensional berbasis lapangan. Pada sisi diseminasi, media sosial memungkinkan penyebaran berita secara cepat dan interaktif melalui unggahan real-time, live streaming, dan komentar audiens, sementara sisi konsumsi menunjukkan bahwa masyarakat kini mengakses berita melalui platform seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, dan Facebook, dengan pertumbuhan signifikan pengguna TikTok sebagai sumber berita.

Sejumlah penelitian terdahulu mendukung temuan ini. Hendrickx & Opgenhaffen (2024) menekankan peran media sosial dalam produksi konten jurnalisme, sedangkan Liu & Kelly (2020) menyoroti kemudahan pengumpulan informasi secara daring. Larrondo Ureta & Peña Fernández (2018) menunjukkan bahwa media sosial mendorong inovasi dalam penyajian berita, meski menghadirkan tantangan etika, verifikasi, dan algoritma distribusi. Broersma & Eldridge (2019) dan Kitsa & Kravcak (2023) menambahkan bahwa jurnalisme media sosial cenderung menyajikan berita lebih pendek dan dinamis, menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Konvergensi ini menunjukkan urgensi penelitian empiris mengenai praktik jurnalisme media sosial di tingkat lokal, khususnya pada Radar Bekasi dan Radar Karawang, yang masih jarang diteliti dibanding media nasional.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif untuk menganalisis strategi, tantangan, dan dinamika jurnalisme media sosial pada Radar Bekasi dan Radar Karawang, meliputi proses produksi, diseminasi, konsumsi berita, dan penerapan prinsip etika jurnalistik. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana institusi media lokal beradaptasi dengan era digital, menjaga kualitas, dan memenuhi ekspektasi audiens yang semakin interaktif.

LANDASAN TEORI

Teori konvergensi media menjelaskan integrasi antara media tradisional dengan platform digital, termasuk perubahan dalam produksi, distribusi, dan konsumsi informasi. Konvergensi ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga sosial dan budaya, mengubah peran produsen dan konsumen media (Jenkins, 2006; Derviana & Fitriawan, 2019). Di Indonesia, media lokal seperti Radar Bekasi dan Radar Karawang telah menerapkan konvergensi melalui portal daring dan akun media sosial, memungkinkan berita cetak menjadi multiplatform digital. Fokus penelitian ini adalah pada konvergensi peliputan informasi dan penyajian cerita, yang menuntut jurnalis menguasai berbagai format media (tulisan, foto, video) untuk menyajikan berita sesuai karakteristik platform digital (Deuze, 2008; Moestopo & Asy'ari, 2018). Hasil pra-penelitian menunjukkan bahwa reporter di kedua media ini harus mampu menulis berita, mengambil gambar, dan membuat video sebagai konten visual, sehingga berita dapat diterbitkan baik secara cetak maupun digital. Konvergensi media ini juga mengubah identitas profesional jurnalis, menuntut fleksibilitas multiplatform dalam penyampaian informasi.

Jurnalisme media sosial merupakan praktik yang menggunakan platform media sosial sebagai inti dari produksi, diseminasi, dan konsumsi konten berita (Hendrickx & Opgenhaffen,

2024). Produksi berita mencakup peliputan, penulisan, serta pengemasan konten visual secara cepat dan menarik. Diseminasi menuntut strategi penyesuaian konten agar sesuai karakteristik masing-masing platform, misalnya Instagram memerlukan visual menarik dan caption ringkas, serta memanfaatkan fitur story, reels, dan live streaming untuk membangun engagement. Konsumsi berita kini bersifat interaktif, di mana audiens berperan aktif dalam memilih, membagikan, dan merespons berita. Praktik ini memperluas jangkauan berita dan memperpendek jarak antara jurnalis dan audiens, namun juga menghadirkan tantangan terkait verifikasi, objektivitas, dan risiko misinformasi (Deuze, 2017; Lestari, 2020).

Kehadiran media sosial menimbulkan isu etika dalam jurnalisme digital. Prinsip dasar seperti kebenaran, keadilan, akuntabilitas, keberimbangan, dan kemanusiaan tetap harus dijaga (Haryadi Santoso & Dwi Lestari, 2018; Lestari, 2020). Masalah muncul ketika media sosial dijadikan satu-satunya sumber berita tanpa verifikasi, sehingga jurnalis tetap wajib melakukan check dan recheck sebelum publikasi untuk menjaga kredibilitas dan kepatuhan terhadap kode etik jurnalistik (Sudibyo, 2013; Wendratama, 2017). Dalam konteks ini, jurnalisme media sosial tidak hanya memperluas distribusi dan interaksi, tetapi juga menuntut penyesuaian praktik profesional untuk menjaga kualitas, akurasi, dan etika berita.

Penelitian sebelumnya mendukung pentingnya studi ini. Dewi Aprilya (2023) menunjukkan bahwa Radar Bekasi berhasil melakukan transformasi media cetak ke platform digital melalui diversifikasi kanal dan kualitas konten. Rani Dwi Lestari (2020) menekankan penerapan etika jurnalistik pada akun Instagram media nasional, terutama terkait verifikasi berita dan pengaruh algoritma. Granderath (2023) menemukan bahwa kualitas jurnalistik tetap bisa dipertahankan melalui Instagram, meskipun karakteristik platform berbeda. Ebo (2024) menyoroti peran jurnalisme media sosial dalam perubahan sosial melalui Twitter, sementara Saragih & Natsir (2023) menekankan efektivitas Instagram sebagai kanal publikasi berita. Iskandar et al. (2023) menunjukkan bahwa konvergensi media menuntut adaptasi teknologi dan interaksi audiens, dan Segado-Boj (2020) menyoroti tren global partisipasi audiens serta pengaruh media sosial terhadap praktik jurnalisme profesional. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif untuk menganalisis praktik jurnalisme media sosial pada Radar Bekasi dan Radar Karawang, dengan fokus pada produksi, diseminasi, konsumsi berita, serta penerapan prinsip etika jurnalistik di era digital.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme untuk memahami fenomena sosial melalui perspektif partisipan. Paradigma ini memandang bahwa realitas sosial, termasuk praktik jurnalisme di media sosial, merupakan hasil konstruksi interaksi dan pengalaman individu. Penelitian ini memilih metode studi kasus untuk menggali lebih dalam bagaimana jurnalis dan pengelola media sosial di Radar Bekasi dan Radar Karawang menjalankan praktik jurnalistik mereka, mulai dari produksi, diseminasi, hingga konsumsi berita di media sosial. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dinamika dan strategi yang diterapkan dalam konteks media lokal yang bertransformasi menjadi multiplatform digital.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan jurnalis, editor, dan pengelola media sosial di kedua media tersebut, serta observasi langsung terhadap aktivitas media sosial mereka. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang autentik dan mendalam mengenai praktik jurnalisme media sosial yang dijalankan. Selain itu, data sekunder berupa literatur, jurnal, artikel, dan laporan relevan juga digunakan untuk mendukung

analisis. Teknik analisis data mengikuti model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis ini dilakukan secara berkesinambungan agar data yang diperoleh dapat dipahami dalam konteks yang lebih mendalam.

Dalam hal sumber data, peneliti menggunakan informan yang dipilih secara purposive sampling, yaitu individu yang terlibat langsung dalam kegiatan jurnalistik media sosial di Radar Bekasi dan Radar Karawang, termasuk jurnalis, editor, dan admin media sosial. Penelitian ini dijadwalkan berlangsung selama enam bulan, mulai dari pengumpulan data hingga penyusunan laporan akhir. Lokasi penelitian berada di kantor redaksi kedua media, yang memungkinkan peneliti untuk mengamati secara langsung bagaimana konvergensi media dan etika jurnalistik diterapkan dalam praktik sehari-hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini fokus pada dua media lokal, Radar Bekasi dan Radar Karawang, yang awalnya berbasis cetak dan kini bertransformasi menjadi multiplatform digital. Kedua media ini berada di bawah naungan Jawa Pos Group, yang telah lama menjadi pemain utama dalam industri media Indonesia. Radar Bekasi, yang mulai terbit pada 2009, menjadi media lokal pertama di Bekasi, sementara Radar Karawang terbit pada 2014 dan memimpin pasar di Karawang dan Purwakarta. Keduanya kini mengoptimalkan portal daring dan media sosial untuk distribusi berita yang lebih cepat dan interaktif. Visi Radar Bekasi adalah menjadi mitra komunikasi terkemuka di Bekasi, dengan misi menyediakan informasi yang bermanfaat dan mendukung demokrasi. Sementara itu, Radar Karawang bertujuan untuk menyediakan informasi akurat dan bertanggung jawab, serta memberi ruang bagi masyarakat untuk mengemukakan pendapat dan aspirasi mereka. Meski berada dalam grup yang sama, Radar Bekasi dan Radar Karawang memiliki perbedaan dalam audiens dan strategi konten. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana kedua media ini mengintegrasikan media daring dan media sosial, serta bagaimana jurnalis media sosial dijalankan di tingkat lokal.

2. Integrasi Media Sosial dalam Produksi Berita di Radar Bekasi dan Radar Karawang

Penelitian ini mengungkapkan bahwa proses produksi berita di Radar Bekasi dan Radar Karawang menunjukkan mekanisme yang sistematis dan adaptif terhadap karakteristik masing-masing platform media sosial. Di Radar Bekasi, jurnalis diharuskan memiliki kemampuan multitasking, yang tidak hanya meliputi menulis berita, tetapi juga merekam, mengambil gambar, serta mengolah materi audiovisual sesuai dengan pola konsumsi audiens media sosial. Proses ini menggambarkan bahwa kompetensi jurnalis kini meluas, mencakup keterampilan teknis dalam produksi konten multimedia, yang sebelumnya terbatas pada literasi teks (Deuze, 2008). Radar Bekasi juga menerapkan mekanisme kurasi internal untuk menjaga kualitas informasi, di mana hanya liputan asli wartawan yang diprioritaskan sebagai sumber utama berita, sementara masukan dari audiens, seperti komentar atau unggahan di media sosial, diposisikan sebagai pelengkap. Hal ini menegaskan bahwa meskipun media sosial membuka ruang partisipasi publik, kontrol editorial dan otoritas verifikasi tetap berada di tangan redaksi, sesuai dengan prinsip etika dan independensi jurnalistik (Kovach & Rosenstiel, 2014).

Sementara itu, Radar Karawang lebih menekankan pada mekanisme rapat redaksi dan seleksi editorial yang bersifat hierarkis. Dalam hal ini, penentuan berita melibatkan koordinasi yang lebih kuat antara wartawan, editor, dan admin media sosial, sehingga setiap konten yang dihasilkan tetap terjaga orisinalitas, relevansi, dan kredibilitasnya (Gordon, 2003). Integrasi sumber berita di Radar Karawang dilakukan dengan menggabungkan liputan langsung di lapangan, konten cetak, serta

jejaring media nasional, yang kemudian diadaptasi sesuai dengan kebutuhan platform digital mereka. Pendekatan ini menunjukkan bahwa Radar Karawang mempraktikkan model produksi berita berbasis kolaborasi internal dan pengambilan keputusan kolektif, memastikan bahwa setiap materi yang dipublikasikan tidak hanya memenuhi standar kecepatan media sosial, tetapi juga prinsip akurasi dan tanggung jawab sosial media (Lestari, 2020).

Temuan ini memperlihatkan bahwa kedua media, meskipun berada dalam satu naungan, memiliki pendekatan yang berbeda dalam memproduksi berita untuk platform digital. Radar Bekasi lebih fleksibel dengan menyesuaikan format berita sesuai dengan karakter audiens media sosial, sedangkan Radar Karawang menekankan seleksi editorial yang lebih ketat melalui rapat redaksi dan pengolahan berita yang lebih hati-hati. Meskipun begitu, keduanya menghadapi tantangan serupa, yaitu bagaimana menyeimbangkan kecepatan produksi berita dengan kewajiban untuk melakukan verifikasi dan menjaga akurasi (Jenkins, 2006). Konvergensi media, seperti yang dijelaskan oleh Gordon (2003), mencakup peliputan informasi dan penyajian cerita, yang diimplementasikan secara berbeda oleh kedua media ini, mencerminkan bahwa konvergensi tidak hanya soal penggabungan teknologi, tetapi juga perubahan budaya kerja jurnalistik yang adaptif terhadap platform digital.

3. Integrasi Media Sosial dalam Diseminasi Berita di Radar Bekasi dan Radar Karawang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam diseminasi berita, kedua media menunjukkan variasi strategi yang disesuaikan dengan karakter audiens dan platform masing-masing. Di Radar Bekasi, diseminasi berita dilakukan dengan cara yang lebih terstruktur, dengan mempertimbangkan pola konsumsi audiens. Redaksi menetapkan jadwal unggahan pada pagi, siang, dan malam berdasarkan analisis data insight mengenai jam aktif pengguna media sosial (Iskandar et al., 2023). Konten berita yang diproduksi juga memiliki variasi format, seperti carousel, video singkat, dan desain visual yang lebih menarik, untuk menyesuaikan dengan preferensi platform. Strategi ini memungkinkan penyebaran informasi yang lebih optimal tanpa mengabaikan aspek etika, seperti menghindari menampilkan konten yang eksplisit atau sensitif, seperti kekerasan atau materi yang bisa menyinggung publik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memfasilitasi distribusi cepat, Radar Bekasi tetap berusaha mengedepankan kontrol kualitas dan etika dalam diseminasi informasi, yang sejalan dengan prinsip-prinsip jurnalistik yang ditegakkan dalam produksi berita (Kovach & Rosenstiel, 2014).

Sementara itu, Radar Karawang lebih menekankan pada diseminasi berita yang lebih fleksibel dan responsif terhadap perkembangan isu terkini. Konten berita diunggah segera setelah tersedia, tanpa bergantung pada jadwal yang telah ditentukan, sehingga kecepatan menjadi faktor utama dalam strategi diseminasi mereka. Media sosial Instagram digunakan sebagai kanal distribusi dominan, sementara berita yang diunggah di Instagram sering kali disesuaikan dengan format visual dan disertai dengan caption yang singkat namun informatif. Walaupun mengutamakan kecepatan, Radar Karawang juga melakukan penyesuaian teknis untuk menjaga etika, seperti dengan blur konten sensitif untuk menghindari pelanggaran aturan platform. Meskipun demikian, mereka belum mengintegrasikan fitur live streaming secara rutin, meski sudah mencoba eksperimen terbatas dengan fitur tersebut (Deuze, 2008).

Pendekatan diseminasi berita di kedua media ini sejalan dengan teori konvergensi media yang dikemukakan oleh Jenkins (2006), yang menyatakan bahwa aliran konten melintasi berbagai platform menuntut jurnalis untuk menyesuaikan diri dengan karakteristik platform sekaligus mempertahankan integritas jurnalistik. Radar Bekasi, dengan pendekatan terstruktur dan jadwal unggahan yang teroptimalkan, mencerminkan konvergensi dalam penyajian cerita, dengan memanfaatkan fitur visual untuk meningkatkan engagement. Sebaliknya, Radar Karawang lebih

menekankan kecepatan dalam mendistribusikan berita sesuai dengan dinamika media sosial yang instan, mencerminkan konvergensi peliputan informasi. Hal ini menunjukkan bagaimana kedua media beradaptasi dengan perubahan media sosial, namun tetap berusaha menjaga kualitas dan akurasi berita meskipun dihadapkan pada tantangan kecepatan dan fleksibilitas distribusi yang diharuskan oleh platform digital (Gordon, 2003; Jenkins, 2006).

4. Integrasi Media Sosial dalam Konsumsi Berita di Radar Bekasi dan Radar Karawang

Konsumsi berita di Radar Bekasi dan Radar Karawang didominasi oleh media sosial, melampaui website resmi sebagai sumber utama informasi. Radar Bekasi memperlihatkan preferensi audiens pada konten aktual, unik, sensasional, serta hiburan, dengan perbedaan karakteristik pengguna di tiap platform: Instagram lebih banyak diikuti pengguna urban, TikTok menjangkau audiens beragam, dan YouTube dominan di kalangan usia 35 tahun ke atas. Konten viral yang sederhana dan emosional lebih banyak menarik interaksi dibandingkan berita substantif. Radar Bekasi berupaya menyeimbangkan antara konten populer dengan berita informatif sebagai bagian dari tanggung jawab jurnalistik.

Sementara itu, Radar Karawang menunjukkan kecenderungan kuat pada konten kriminalitas, isu sensasional, dan berita yang membangkitkan empati sosial, di mana format video menjadi paling digemari. Feedback audiens berperan penting dalam menentukan liputan berikutnya, meskipun sering disertai komentar tajam maupun buzzer. Kedua media menghadapi dilema besar karena tingginya minat audiens pada berita hiburan dan emosional, yang sejalan dengan logika media sosial berbasis kedekatan emosional, visual, dan kecepatan. Temuan ini mendukung teori konvergensi media (Jenkins, 2006; Gordon, 2003; Deuze, 2008), yang menegaskan bahwa audiens aktif bermigrasi lintas platform sesuai preferensi emosional, serta diperkuat oleh penelitian Dominique & Zai (2025) dan Nurmiarani et al. (2024). Dengan demikian, integrasi media sosial di Radar Bekasi dan Radar Karawang menunjukkan dominasi konten sensasional dan emosional sebagai daya tarik utama, meskipun keduanya tetap berusaha menjaga keseimbangan dengan fungsi informatif dan edukatif media

5. Pelaksanaan Etika Jurnalistik dalam Praktik Jurnalisme Media Sosial

Pelaksanaan etika jurnalistik di Radar Bekasi dan Radar Karawang menunjukkan adanya kesadaran menjaga independensi, akurasi, dan akuntabilitas, meskipun praktiknya menghadapi dilema akibat tuntutan media sosial yang menekankan kecepatan, fleksibilitas, dan interaktivitas. Pada tahap produksi, Radar Bekasi lebih menekankan perlindungan korban dan verifikasi, sedangkan Radar Karawang menitikberatkan akuntabilitas sumber dan atribusi, bahkan terkadang menempatkan etika secara fleksibel untuk isu publik. Dalam diseminasi, Radar Bekasi berusaha mengutamakan verifikasi meski sering tertekan oleh kebutuhan publikasi cepat, sementara Radar Karawang cenderung mengedepankan publikasi segera dengan revisi belakangan, yang berpotensi menimbulkan misinformasi. Pada tahap konsumsi, Radar Bekasi berusaha membangun interaksi sehat dengan audiens, sedangkan Radar Karawang lebih permisif terhadap kritik tajam dan komentar negatif, sehingga komunikasi dua arah etis belum sepenuhnya berjalan.

Secara keseluruhan, etika jurnalistik di kedua media masih belum konsisten: Radar Bekasi lebih ketat pada aspek verifikasi dan perlindungan korban, sementara Radar Karawang lebih fleksibel dengan mengutamakan keberanian mengekspos isu publik. Kedua media menghadapi dilema besar antara menjaga idealisme jurnalistik dengan tekanan algoritma media sosial yang mendorong sensasi dan kecepatan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Jenkins (2006), Gordon (2003), dan Deuze (2008), yang menekankan bahwa etika di era digital merupakan praktik dinamis yang terus dinegosiasikan agar media tetap kredibel sekaligus relevan di tengah logika viralitas

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi media sosial dalam praktik jurnalisme di Radar Bekasi dan Radar Karawang menghadirkan pola kerja yang adaptif sekaligus penuh dilema. Radar Bekasi menekankan kompetensi multitasking jurnalis, kurasi internal, serta distribusi konten yang terstruktur berdasarkan data insight, sedangkan Radar Karawang lebih menonjolkan rapat redaksi kolektif, distribusi cepat, dan fokus pada isu kriminalitas, sensasi, serta empati sosial. Kedua media sama-sama menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan kecepatan dengan verifikasi, serta popularitas dengan tanggung jawab edukatif. Dari sisi etika, Radar Bekasi lebih ketat pada perlindungan korban dan akurasi, sedangkan Radar Karawang lebih fleksibel dengan akuntabilitas sumber. Oleh karena itu, disarankan agar kedua media memperkuat kapasitas jurnalis dalam literasi digital dan etika, memperbaiki mekanisme verifikasi, menjaga keseimbangan antara konten populer dengan berita mendidik, serta mengelola interaksi audiens secara profesional, sehingga kredibilitas dan fungsi edukatif media tetap terjaga di tengah tekanan logika viralitas media sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Arifah, R., Rahmadini, R., & Sumanti, S. (2025). Pengaruh algoritma media sosial terhadap pola konsumsi informasi jurnalis di Bangka Belitung dalam perspektif etika jurnalistik. *Jurnal Komputer, Informasi dan Teknologi*, 5(1), 8. <https://doi.org/10.53697/jkomitek.v5i1.2527>
- Awaludin, A., & Rista, R. (2022). Penerapan prinsip-prinsip jurnalisme pada media online Kotasubang.com. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1).
- Broersma, M., & Eldridge, S. A. (2019). Journalism and social media: Redistribution of power? *Media and Communication*, 7(1), 193–197. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i1.2048>
- Caliandro, A., & Graham, J. (2020). Studying Instagram beyond selfies. *Social Media and Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120924779>
- Derviana, A., & Fitriawan, R. A. (n.d.). *Konvergensi pada media massa (Studi deskriptif kualitatif mengenai konvergensi media di Republika)*.
- Deuze, M. (2008). The professional identity of journalists in the context of convergence culture. *Observatorio (OBS*) Journal*. <http://obs.obercom.pt>
- Dominique, W., & Zai, F. (2025). Infotainment on social media: How news companies combine information and entertainment in news stories on Instagram and TikTok. *Digital Journalism*, 13(7), 1249–1270. <https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2464062>
- Fauzi, F., Marhamah, M., & Rahmani, S. U. (2023). Transformation and challenges of digital journalism in Aceh. *Komunikator*, 15(1), 41–53. <https://doi.org/10.18196/jkm.16614>
- Hamna, D. M. (2017). *Eksistensi jurnalisme di era media sosial*.
- Haryadi Santoso, D., & Dwi Lestari, R. (2018). Penerapan etika jurnalistik dalam pemberitaan politik di media online (Studi kasus Pemilihan Gubernur Jakarta). *Jurnal Pekommas*, 3(2).
- Hasanah, H. (n.d.). *Teknik-teknik observasi: Sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial*.
- Hendrickx, J., & Opgenhaffen, M. (2024). Introduction: Understanding social media journalism. *Journalism Studies*, 25(9), 919–930. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2368861>
- Iskandar, D., Suryawati, I., Susilo, D. A., & Liliyana, L. (2023). Managing convergence of journalism and social media in Indonesia. *American Journal of Interdisciplinary Research and Innovation*, 2(3), 15–21. <https://doi.org/10.54536/ajiri.v2i3.1805>
- Khaer, A., Khoir, N., & Hidayati, Y. A. (2021). Senjakala media cetak: Tantangan jurnalisme cetak di era digital. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, 2(3), 324–

331.

- Kitsa, M., & Kravcak, P. (2023). Paywall as a model of functioning foreign and Ukrainian online media. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University: Journalism*, 1(5), 65–69. <https://doi.org/10.23939/sjs2023.01.065>
- Larrondo Ureta, A., & Peña Fernández, S. (2018). Keeping pace with journalism training in the age of social media and convergence: How worthwhile is it to teach online skills? *Journalism*, 19(6), 877–891. <https://doi.org/10.1177/1464884917743174>
- Lestari, R. D. (2020). Jurnalisme digital dan etika jurnalisme media sosial: Studi pada akun Instagram @tempodotco dan @tribunjogja. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 159–174. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.22.2.2020.159-174>
- Liu, J., & Kelly, C. (2020). Social media news production: An analysis of use and habits of journalists. *Journalism*, 21(2), 119–136.
- Moestopo, U., & Aini Shofiya Asy, N. (n.d.). *Broadcasting Radio Ponorogo dalam kajian konvergensi media. Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*.
- Ningrum, R., Sutantri, S., & Mala, I. (2024). Strategi redaksi dalam menjaga keakuratan dan kecepatan berita di media online: Analisis peran jurnalis dalam meningkatkan kualitas berita. *Jurnal Multilingual*, 4(2), 1412–1482.
- Nurmiarani, M., Firmansyah, D., & Hariyati, F. (2024). Masa depan media massa di era digital: Peluang, risiko, dan strategi. *Wahana: Media Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 30(2). <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/index>
- Reuters Institute. (2024). *Digital news report 2024*. <https://doi.org/10.60625/risj-vy6n-4v57>
- Segado-Boj, F. (2020). Research on social media and journalism (2003–2017): A bibliometric and content review. *Transinformação*, 32. <https://doi.org/10.1590/1678-9865202032e180096>
- Suardi. (2025). Meningkatkan kredibilitas media di Indonesia dalam era disrupsi informasi: Strategi menghadapi misinformasi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 10(1), 249–258. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v10i1.1488>
- Sucahya, M., & Shohibah, D. A. (2020). Konvergensi media Kabar Banten. *Jurnal Lontar*, 8(1).