

Lampiran 2. Bimbingan Skripsi

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Disetujui	Aksi
1	16 September 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	penyusunan bab 1	✓	
1	2 Maret 2025	Ratna Puspita, S.Sos, M.Si.	bab 1	✓	
2	20 September 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	periksa ulang bab 1 dan 2	✓	
2	10 Maret 2025	Ratna Puspita, S.Sos, M.Si.	bab 2	✓	
3	17 Maret 2025	Ratna Puspita, S.Sos, M.Si.	bab 3	✓	
3	11 Oktober 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	penyusunan bab 3	✓	
4	24 Maret 2025	Ratna Puspita, S.Sos, M.Si.	bab4	✓	
4	16 Oktober 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	pengecekan kembali bab 3	✓	
5	12 Mei 2025	Ratna Puspita, S.Sos, M.Si.	bab 5	✓	
5	3 November 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	membuat bab 4	✓	
6	19 Mei 2025	Ratna Puspita, S.Sos, M.Si.	transkrip wawancara	✓	
6	18 November 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	mengecek kembali bab 4	✓	
7	9 Desember 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	membuat transkrip wawancara dan coding	✓	
7	19 Mei 2025	Ratna Puspita, S.Sos, M.Si.	open coding	✓	
8	26 Mei 2025	Ratna Puspita, S.Sos, M.Si.	axial coding dan selective coding	✓	
8	20 Desember 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	membuat bab 5	✓	

Lampiran 3. Sertifikat LDK



SERTIFIKAT
DIBERIKAN KEPADA
ALRAVDHI RIANTO

SEBAGAI
**PESERTA
COMPLETE**
[LATIHAN DASAR KEPEMIMPINAN]
6 - 7 JANUARI 2020

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

KEPALA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

NAURISSA BIASINI, S.SI., M.I.KOM.



DEKAN FAKULTAS HUMANIORA & BISNIS

DR. HENDY TANNADY, B.ENG., M.ENG., MM., MBA.



Lampiran 4. Curriculum Vitae

ALRAUDHI RIANTO

+6285157203811 | alraudhi@gmail.com |
www.linkedin.com/in/alraudhi-rianto | South Tangerang

SUMMARY

Final-year Communication Science student specializing in Broadcasting Journalism, with a strong interest in digital media. Experienced Content Creator with a 6-month internship at UPJ LIVE, and 3 months as an Editor at Pelopor Kepedulian. Proficient in editing software including Adobe Premiere Pro, CapCut, and Canva.

EDUCATION

Pembangunan Jaya University | Communication Science 2019 - now

WORK EXPERIENCE

Universitas Pembangunan Jaya (UPJ LIVE) | (Jan 2023 - Jul 2023)

Content Creator (Internship)

- Producing feature content on YouTube UPJ LIVE
- Producing feed content on Instagram UPJ LIVE
- Being in charge of the UPJ LIVE studio
- Assisting with documentation of internal events

Lembaga Pelopor Kepedulian (Pelopor Kepedulian) | (Apr 2024 - Jul 2024)

Editor (Internship)

- Editing Instagram Reels videos
- Editing YouTube Shorts videos
- Editing YouTube videos
- Editing TikTok videos

ORGANIZATIONAL EXPERIENCE

Carrers_UPJ (Jan 2023 - May 2023)

Bussines Development

- My team and I are responsible for raising funds for the Carrers event by doing things like selling and creating a budget timeline for all divisions of the Carrerrs committee.

Public Relations Production Exhibition Event (Jan 2023 - May 2023)

Documentation and Editor

- Pooling resources to create a booth stand
- Finding a campaign that aligns with the procedures of the Public Relations Production course
- Documenting the event and editing the documentation results

LANGUAGE SKILL

- Indonesia (Native)
- Inggris (Limited Proficiency)

SKILL

Technical

Editing Video Software:

- Adobe Premiere Pro
- CapCut
- Canva

Non - Technical

- Good Communication
- leadership
- Team-work
- Time-management

Lampiran 5. Surat Pernyataan Narasumber (1)

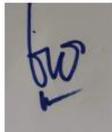
**SURAT PERNYATAAN
BERSEDIA MENJADI INFORMAN DAN DIWAWANCARAI**

Nama : Budi Nugraha
Profesi : Pimpinan Redaksi
Tempat Bekerja : Suaramerdeka

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan penelitian pada Tugas Akhir/Skripsi yang berjudul **“STRATEGI MEDIA CETAK LOKAL SUARA MERDEKA MELALUI KONVERGENSI MEDIA DI ERA DIGITAL”** yang dibuat oleh Alraudhi Rianto mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk dimintai keterangan data baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh mahasiswa yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun

Jakarta , 15 November 2024

Informan Penelitian



(Budi Nugraha)

Lampiran 6. Surat Pernyataan Narasumber (2)

**SURAT PERNYATAAN BERSEDIA MENJADI INFORMAN
DAN DIWAWANCARAI**

Nama : Arief Sinaga
Profesi : Divisi Digital (Sosial Media)
Tempat Bekerja : Suaramerdeka

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan penelitian pada Tugas Akhir/Skripsi yang berjudul **STRATEGI MEDIA CETAK LOKAL SUARA MERDEKA MELALUI KONVERGENSI MEDIA DI ERA DIGITAL** yang dibuat oleh Alraudhi Rianto mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk dimintai keterangan data baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh mahasiswa yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun

Jakarta , 18 November 2024

Informan Penelitian



(Arief Sinaga)

Lampiran 7. Surat Pernyataan Narasumber (3)

**SURAT PERNYATAAN BERSEDIA MENJADI INFORMAN
DAN DIWAWANCARAI**

Nama : Arif Muhammad Iqbal

Profesi : Reporter Suara Merdeka

Tempat Bekerja : Suaramerdeka

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan penelitian pada Tugas Akhir/Skripsi yang berjudul Strategi Transformasi Media Cetak Lokal Pada Era Digital (Studi deskriptif kualitatif mediamorfosis suara merdeka) yang dibuat oleh Alraudhi Rianto mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya. Saya Bersedia untuk dimintai keterangan data baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh mahasiswa yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun

Jakarta, 16 Maret 2025

Informan Penelitian



Arif Muhammad Iqbal

Lampiran 8. Bukti Foto dengan Informan



Narasumber 1 (Budi Nugroho)



Narasumber 2 (Arief Sinaga)

Lampiran 9. Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara

JURNALISME MULTIKANAL SEBAGAI IMPLEMENTASI STRATEGI MEDIAMORFOSIS PADA MEDIA CETAK LOKAL

Oleh:

Alraudhi Rianto

Identitas Informan

- Nama Lengkap:
- Jabatan:
- Berapa Lama Menjabat:
- Tugas dan Tanggung Jawab:

Pertanyaan Wawancara

DAFTAR PERTANYAAN (PEMIMPIN REDAKSI SUARA MERDEKA)

Jurnalisme Multikanal

1. Bagaimana kebijakan Suara Merdeka dalam menjangkau audiens yang lebih luas melalui berbagai platform media?
2. Bagaimana Suara Merdeka memastikan bahwa setiap kanal media tetap memiliki identitas yang kuat tetapi tetap saling mendukung dalam ekosistem berita?
3. Bagaimana Suara Merdeka memastikan bahwa informasi yang disampaikan di berbagai platform tetap konsisten dan akurat?
4. Apa tantangan terbesar dalam mengimplementasikan jurnalisme dengan banyak platform, mulai dari website hingga media sosial?
5. Bagaimana strategi Suara Merdeka dalam membekali jurnalis dan tim redaksi dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk memproduksi berita di berbagai platform?

Mediamorfosis

Koevolusi (Evolusi Media ke Digital)

6. Bagaimana Suara Merdeka menghadapi perubahan lanskap media dari cetak ke digital?
7. Apa yang mendorong Suara Merdeka untuk berekspansi ke platform digital?
8. Bagaimana Suara Merdeka menyesuaikan strategi pemberitaan dalam era digital?
9. Bagaimana strategi Suara Merdeka dalam mengadaptasi bahasa digital seperti harus cepat, interaktif, berbasis algoritma, SEO, dan visual storytelling dalam pemberitaannya?
10. Bagaimana peran media cetak Suara Merdeka saat ini setelah berevolusi ke digital?
11. Bagaimana Suara Merdeka menyesuaikan gaya bahasa dan penyajian berita di berbagai platform digital (informan harus menjelaskan semua platform)?

Konvergensi (Integrasi Berbagai Platform)

12. Bagaimana strategi Suara Merdeka dalam mengintegrasikan berbagai platform media (cetak, website, dan media sosial)?
13. Seberapa besar pengaruh media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube terhadap jumlah pembaca dan jangkauan berita?
14. Bagaimana Suara Merdeka mengelola tim redaksi agar mampu beradaptasi dengan berbagai format media yang berbeda?
15. Apakah ada kolaborasi atau kemitraan dengan media lain atau industri teknologi untuk mendukung proses konvergensi media?

Kompleksitas (Tantangan & Inovasi Digital)

16. Apa perubahan struktural setelah berekspansi ke digital?
17. Bagaimana Suara Merdeka bersaing dengan media online dan platform digital lainnya?
18. Bagaimana Suara Merdeka menyikapi tantangan disrupsi digital dan

- persaingan dengan media online?
19. Bagaimana Suara Merdeka mempertahankan kepercayaan publik di era maraknya hoaks?
 20. Apa tantangan terbesar Suara Merdeka dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan media digital?
 21. Apa langkah yang diambil Suara Merdeka dalam menjaga keberlanjutan bisnis media di tengah perubahan cepat dalam industri ini?
 22. Apa strategi monetisasi yang diterapkan Suara Merdeka dalam model bisnis digitalnya?
 23. Apakah ada rencana inovasi atau teknologi baru yang akan diterapkan untuk meningkatkan jangkauan dan kualitas konten berita?

Konvergensi Media

Cross Promotion (*Strategi Promosi Lintas Platform*)

24. Bagaimana kebijakan Suara Merdeka dalam menerapkan cross promotion di antara platform medianya (cetak, digital, dan media sosial)?

C

Cloning (*Replikasi Konten di Berbagai Platform*)

25. Bagaimana kebijakan Suara Merdeka dalam melakukan cloning (replikasi) konten dari media cetak ke media digital atau media sosial?
26. Apakah ada standar editorial khusus untuk memastikan kualitas dan relevansi saat menyesuaikan konten ke berbagai platform?

Coopetition (*Kolaborasi dan Kompetisi dalam Industri Media*)

27. Dalam era digital, bagaimana Suara Merdeka memposisikan diri dalam strategi coopetition (kolaborasi sekaligus kompetisi) dengan media lain?
28. Apakah ada kebijakan khusus dalam menjalin kerja sama dengan platform berita digital lain, seperti agregator berita atau portal media online?

Content Sharing (*Berbagi Konten dan Sumber Daya*)

29. Bagaimana kebijakan Suara Merdeka dalam berbagi konten dengan media lain, baik dalam bentuk pengemasan ulang (repackaged) maupun kerja sama budgeting?

DAFTAR PERTANYAAN (DIVISI DIGITAL SUARA MERDEKA)

Jurnalisme Multikanal

1. Bagaimana strategi Divisi Digital Suara Merdeka dalam mengoptimalkan distribusi berita di berbagai platform digital, termasuk situs web, aplikasi mobile, dan media sosial?
2. Bagaimana Divisi Digital Suara Merdeka memastikan bahwa format dan gaya penyajian berita sesuai dengan karakteristik setiap platform digital?
3. Bagaimana Divisi Digital Suara Merdeka menangani koreksi atau revisi berita di platform digital jika terjadi kesalahan informasi?
4. Bagaimana Divisi Digital Suara Merdeka memanfaatkan analitik data untuk memahami preferensi audiens dan meningkatkan keterlibatan pengguna di berbagai platform?
5. Bagaimana strategi Divisi Digital Suara Merdeka dalam meningkatkan interaksi audiens melalui komentar, diskusi, atau fitur interaktif lainnya di platform berita digital?
6. Bagaimana Divisi Digital Suara Merdeka mengintegrasikan teknologi terbaru dalam proses produksi dan distribusi berita digital?

Mediamorfosis

Koevolusi (Evolusi Media ke Digital)

7. Bagaimana perubahan pola konsumsi berita digital mempengaruhi strategi pemilihan dan penyajian konten di berbagai platform digital Suara Merdeka?
8. Bagaimana Divisi Digital Suara Merdeka memastikan berita tetap akurat dan kredibel di tengah persaingan media digital yang semakin cepat?

9. Bagaimana Divisi Digital Suara Merdeka menyesuaikan bahasa digital, seperti pemanfaatan SEO, algoritma media sosial, visual storytelling, dan interaksi langsung dengan audiens, dalam pemberitaan?

Konvergensi (Integrasi Berbagai Platform)

10. Bagaimana strategi pemilihan konten untuk platform digital seperti website, YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter?
11. Bagaimana Divisi Digital Suara Merdeka menyesuaikan penyajian berita di setiap platform digital? (Minta informan untuk menjelaskan dengan detail di setiap platform media digitalnya)
12. Bagaimana perkembangan audiens di masing-masing platform? (Minta informan untuk menjelaskan dengan detail di setiap platform media digitalnya)
13. Bagaimana strategi Divisi Digital Suara Merdeka dalam mengoptimalkan SEO dan tren media sosial untuk menjangkau lebih banyak pembaca?
14. Bagaimana pengaruh media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube terhadap jumlah pembaca dan engagement berita digital Suara Merdeka?

Kompleksitas (Tantangan dan Inovasi Digital)

15. Apakah Divisi Digital Suara Merdeka mengalami kendala dalam adaptasi wartawan cetak ke digital? Bagaimana mengatasinya?
16. Bagaimana Divisi Digital Suara Merdeka menyikapi tantangan disrupsi digital dan persaingan dengan media online serta platform berita berbasis AI seperti Google News dan agregator berita lainnya?
17. Bagaimana Divisi Digital Suara Merdeka memanfaatkan analitik data untuk memahami pola konsumsi berita dan menyesuaikan konten yang ditawarkan?
18. Apakah ada rencana penerapan teknologi baru untuk meningkatkan jangkauan dan kualitas konten berita digital?

Konvergensi Media

Cross Promotion (Strategi Promosi Lintas Platform)

19. Bagaimana Divisi Digital Suara Merdeka menerapkan strategi cross promotion untuk memaksimalkan jangkauan audiens di berbagai platform

(website, aplikasi, dan media sosial)?

20. Apakah Divisi Digital Suara Merdeka memiliki kebijakan khusus dalam mengintegrasikan promosi lintas platform agar tetap relevan dengan karakteristik masing-masing media?

Cloning (Replikasi Konten di Berbagai Platform)

21. Bagaimana Divisi Digital melakukan proses replikasi atau adaptasi konten dari media cetak ke digital dan media sosial?
22. Apakah Divisi Digital Suara Merdeka memiliki standar editorial atau teknis dalam menyesuaikan format, gaya, dan penyajian konten agar tetap menarik bagi pengguna digital?
23. Bagaimana peran analisis data dalam menentukan jenis konten yang layak direplikasi di berbagai platform?

Coopetition (Kolaborasi dan Kompetisi dalam Industri Media)

24. Bagaimana Divisi Digital Suara Merdeka memanfaatkan strategi coopetition (kolaborasi dan kompetisi) dengan media lain?
25. Apakah ada tantangan tertentu dalam membangun kolaborasi sekaligus bersaing dalam industri digital?

Content Sharing (Berbagi Konten dan Sumber Daya)

26. Bagaimana kebijakan Divisi Digital Suara Merdeka dalam berbagi konten dengan media lain?
27. Apakah ada model kerja sama dalam bentuk sindikasi, repackaging, atau lisensi konten?
28. Bagaimana strategi monetisasi dalam berbagi konten agar tetap menguntungkan tanpa mengorbankan eksklusivitas brand Suara Merdeka?

DAFTAR PERTANYAAN (REPORTER SUARA MERDEKA)

Jurnalisme Multikanal

1. Bagaimana Anda menyesuaikan gaya penulisan dan format berita saat melaporkan untuk berbagai platform, seperti media cetak, situs web, dan media sosial?
2. Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi saat melakukan peliputan untuk banyak platform?
3. Bagaimana Anda memastikan bahwa berita yang dilaporkan tetap akurat dan kredibel di tengah tekanan kecepatan publikasi di berbagai platform digital?
4. Bagaimana Anda menyesuaikan materi liputan agar sesuai dengan berbagai platform berita?
5. Bagaimana koordinasi antara jurnalis lapangan dengan tim redaksi dan Divisi Digital dalam memastikan bahwa berita yang dipublikasikan tetap konsisten di semua platform?
6. Bagaimana Anda melihat peran jurnalis lapangan di tengah perubahan industri media yang semakin mengarah ke digital dan multiplatform?

Mediamorfosis

Koevolusi (Evolusi Media ke Digital)

7. Bagaimana Anda menyesuaikan cara peliputan berita dengan perubahan dari media cetak ke digital?
8. Apakah ada perubahan dalam gaya penulisan berita untuk media digital dibandingkan dengan media cetak?
9. Bagaimana reporter menyesuaikan diri dengan tuntutan kecepatan informasi dalam era digital?
10. Bagaimana jurnalis Suara Merdeka menyesuaikan gaya bahasa agar sesuai dengan berbagai platform digital?
11. Apakah reporter harus menghasilkan berita dalam berbagai format (teks, video, audio)? Jika iya, bagaimana adaptasinya?
12. Bagaimana perbedaan gaya pelaporan dan penyajian berita antara media cetak, website, dan media sosial?

Konvergensi (Integrasi Berbagai Platform)

13. Bagaimana koordinasi antara jurnalis lapangan dengan tim redaksi dan Divisi Digital dalam memastikan berita tetap relevan di berbagai platform?
14. Bagaimana proses meliput yang mengharuskan Anda memproduksi berita dalam format tulisan, foto dan video?
15. Bagaimana Anda menyesuaikan format berita agar cocok untuk platform seperti Instagram, TikTok, atau YouTube?
16. Apakah Anda merasa tuntutan kerja semakin kompleks dengan adanya berbagai platform digital? Bagaimana cara mengatasinya?
17. Apakah Anda mendapatkan pelatihan atau pembekalan untuk beradaptasi dengan tuntutan jurnalisme digital dan multiplatform?

Kompleksitas (Tantangan dan Inovasi Digital)

18. Apa tantangan terbesar dalam meliput berita untuk platform digital?
19. Bagaimana memastikan berita yang cepat dipublikasikan tetap akurasi dan kredibel?
20. Bagaimana menghadapi komentar negatif atau hoaks yang berkembang di media sosial terhadap berita yang ditulis?
21. Bagaimana reporter melihat masa depan jurnalisme, khususnya bagi media cetak lokal seperti Suara Merdeka di era digital?
22. Bagaimana Anda melihat peran jurnalis lapangan dalam ekosistem jurnalisme dengan banyak platform seperti saat ini?

Konvergensi Media

Cross Promotion (Strategi Promosi Lintas Platform)

23. Apakah Anda dilibatkan dalam strategi promosi lintas platform, misalnya dengan menyesuaikan narasi berita agar lebih menarik bagi platform digital?
24. Bagaimana Anda memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan berita yang Anda liput?

Cloning (Replikasi Konten di Berbagai Platform)

25. Apakah ada tantangan tertentu dalam melakukan replikasi atau adaptasi konten dari laporan lapangan ke berbagai format media?
26. Bagaimana Anda memastikan bahwa berita yang direplikasi tetap relevan dan tidak kehilangan makna aslinya?
27. Apakah ada perbedaan dalam cara Anda mengumpulkan informasi untuk berita yang akan diterbitkan di media cetak versus media digital atau media sosial?

Coopetition (Kolaborasi dan Kompetisi dalam Industri Media)

28. Apakah Anda pernah mengalami situasi di mana Anda harus bekerja sama dengan jurnalis dari media lain dalam meliput suatu berita? Jika ya, bagaimana pengalaman tersebut?
29. Apakah ada tekanan untuk membuat berita lebih eksklusif agar tidak terlalu banyak berbagi informasi dengan media lain?
30. Bagaimana Anda menyikapi persaingan dengan media digital lain yang sering kali lebih cepat dalam menyajikan berita?

Content Sharing (Berbagi Konten dan Sumber Daya)

31. Apakah Anda pernah mengalami situasi di mana laporan berita Anda digunakan ulang atau dikemas ulang (repackaged) untuk platform lain? Bagaimana pendapat Anda tentang hal ini?
32. Apakah ada tantangan dalam berbagi informasi dengan media lain, terutama dalam menjaga keakuratan dan kredibilitas berita?

Lampiran 10. Transkrip Wawancara Narasumber (1)

P: Pewawancara

B: Budi Nugraha

Transkrip Rekaman Hasil Wawancara:

Jurnalisme Multikanal

Penanya: Selamat siang, Pak Budi. Perkenalkan, saya Rodriyanto, mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya. Mohon izin, saya ingin melakukan wawancara terkait penelitian saya.

Budi: Oh iya, silakan.

Penanya: Pertama, saya ingin tahu, bagaimana kebijakan Suara Merdeka dalam menjangkau audiens yang lebih luas melalui berbagai platform media?

Budi: Jadi, Suara Merdeka ini **nggak cuma mengandalkan media cetak**, tapi juga aktif di berbagai platform digital. Kami punya **edisi online, podcast, SM TV (Suara Merdeka TV), dan radio**. Selain itu, kami juga aktif di **Instagram, TikTok, WhatsApp, Twitter, dan Facebook**.

Strateginya simpel: **menyesuaikan konten dengan platformnya**. Misalnya, kalau di Instagram dan TikTok, kita pakai **konten visual dan video pendek**, sedangkan di website lebih ke berita lengkap. Intinya, kita mencoba hadir di semua platform supaya audiens yang berbeda bisa tetap terjangkau.

Penanya: Kalau banyak platform seperti itu, gimana caranya agar tiap kanal tetap punya identitas yang kuat tapi tetap saling mendukung?

Budi: Nah, itu memang tantangannya. Kami selalu **monitor jumlah pembaca, interaksi, dan respons audiens di tiap platform**. Setiap minggu ada **rapat redaksi**, di situ kita bahas performa tiap kanal. Kalau ada yang kurang, kita perbaiki, misalnya dengan menyesuaikan format atau jenis kontennya.

Misalnya, TikTok punya engagement tinggi dari anak muda, berarti kita sesuaikan kontennya dengan gaya yang lebih **santai, cepat, dan informatif**. Tapi kalau di website, gaya penulisannya tetap lebih **formal dan mendalam**.

Penanya: Gimana caranya Suara Merdeka memastikan berita yang disampaikan di berbagai platform tetap akurat dan konsisten?

Budi: Kita selalu lakukan **cross-check sebelum berita dipublikasi**. Kalau untuk media sosial, tim redaksi tetap terlibat dalam memastikan isi berita valid. Kalau ada kesalahan, kita revisi secepat mungkin dan kalau perlu, kita kasih klarifikasi.

Ada juga sistem monitoring dari **rubrik komentar, surat pembaca, dan feedback langsung dari audiens**. Kalau ada keluhan atau masukan terkait berita, kita evaluasi lagi.

Penanya: Apa tantangan terbesar dalam mengelola banyak platform, dari website sampai media sosial?

Budi: **Persaingan yang ketat**. Sekarang ini ada banyak media online dan startup berita yang muncul dengan konten yang cepat dan lebih ringan. Makanya, kalau mau tetap eksis, kita harus **terus berinovasi, memahami tren pembaca, dan menyesuaikan strategi**.

Tantangan lain juga dari segi **sumber daya manusia**. **Tim redaksi harus bisa multitasking**, dari menulis berita, bikin konten visual, sampai paham SEO dan algoritma media sosial. Jadi, kita juga harus **melatih jurnalis supaya bisa beradaptasi**.

Penanya: Bagaimana strategi Suara Merdeka dalam membekali jurnalis agar bisa memproduksi berita di berbagai platform?

Budi: Kita rutin adakan **pelatihan internal**. Misalnya, pelatihan tentang **penulisan berita digital, pemanfaatan SEO, editing video untuk media sosial, dan pemahaman algoritma platform digital**.

Dulu, jurnalis hanya fokus menulis berita untuk media cetak, tapi sekarang mereka juga harus bisa **membuat video pendek, live report, sampai interaksi dengan audiens di media sosial**.

Mediamorfosis (Evolusi Media ke Digital)

Penanya: Bagaimana Suara Merdeka menghadapi peralihan dari media cetak ke digital?

Budi: Mau nggak mau, kita harus adaptasi. Media cetak masih kita pertahankan, tapi kita juga **dorong digital**. Sekarang pembaca lebih banyak konsumsi berita lewat **ponsel dan media sosial**, jadi kita harus ikut ke sana.

Penanya: Apa yang mendorong Suara Merdeka untuk berekspansi ke platform digital?

Budi: **Perubahan kebiasaan pembaca.** Orang sekarang lebih suka berita yang **cepat, ringkas, dan interaktif.** Makanya, kita masuk ke **TikTok, Instagram, WhatsApp, dan podcast** biar tetap relevan.

Penanya: Bagaimana Suara Merdeka menyesuaikan strategi pemberitaan dalam era digital?

Budi: Kita sesuaikan dari **gaya bahasa, format berita, dan distribusi konten.** Website masih jadi platform utama untuk berita lengkap, tapi kita juga pakai media sosial buat teaser atau update singkat.

Penanya: Bagaimana strategi Suara Merdeka dalam mengoptimalkan SEO dan storytelling digital?

Budi: Kita pakai **judul yang menarik, meta description yang optimal, dan kata kunci yang relevan.** Selain itu, storytelling kita buat lebih **interaktif dan engaging,** terutama di Instagram dan TikTok.

Konvergensi (Integrasi Berbagai Platform)

Penanya: Bagaimana strategi Suara Merdeka dalam mengintegrasikan berbagai platform media?

Budi: Kita pakai sistem **cross-promotion.** Satu berita bisa kita kemas dalam berbagai format. Misalnya, berita di website bisa kita bikin versi **video pendek di TikTok,** infografis di Instagram, atau podcast di Spotify.

Penanya: Seberapa besar pengaruh media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube terhadap pembaca?

Budi: Besar banget. Banyak pembaca datang ke website dari media sosial. Makanya, kita harus terus optimasi di sana.

Penanya: Apakah Suara Merdeka pernah bekerja sama dengan media lain untuk mendukung konvergensi?

Budi: Pernah, salah satunya dengan **VIVA.** Kita pernah kerja sama dalam pertukaran konten, jadi beberapa berita Suara Merdeka bisa diakses di platform mereka. Ini membantu kita memperluas jangkauan audiens.

Kompleksitas (Tantangan & Inovasi Digital)

Penanya: Bagaimana Suara Merdeka menghadapi persaingan dengan media online lain?

Budi: Kita fokus ke **konten eksklusif** yang nggak bisa dibuat media lain, misalnya liputan investigasi atau berita daerah yang lebih mendalam.

Penanya: Apa strategi monetisasi Suara Merdeka di era digital?

Budi: Selain dari iklan, kita mulai eksplorasi **model bisnis berbasis membership, sponsorship, dan event digital.**

Konvergensi Media

Penanya: Bagaimana Suara Merdeka menerapkan strategi cross-promotion?

Budi: Kita pastikan berita bisa hadir di berbagai platform dengan format yang berbeda. Jadi, satu berita bisa **tayang di website, media sosial, radio, dan televisi online** secara terintegrasi.

Penanya: Bagaimana kebijakan replikasi konten dari cetak ke digital?

Budi: Artikel cetak biasanya kita **adaptasi jadi infografis atau video pendek** untuk platform digital.

Penanya: Dalam era digital, bagaimana Suara Merdeka memposisikan diri dalam strategi coopetition dengan media lain?

Budi: Kita tetap bersaing, tapi juga terbuka untuk kolaborasi. Seperti kerja sama dengan **VIVA** tadi, itu salah satu bentuk coopetition.

Penanya: Terima kasih banyak, Pak Budi, atas waktunya dan penjelasannya!

Budi: Sama-sama! Semoga wawancara ini bisa membantu penelitianmu.

B: Arief Sinaga

Transkrip Rekaman Hasil Wawancara:

Jurnalisme Multikanal

Penanya: Mas Arief, gimana sih strategi Divisi Digital Suara Merdeka dalam nyebarin berita ke berbagai platform digital? Kayak website, aplikasi, atau media sosial gitu?

Arief: Nah, kalau sekarang sih kita paling aktif di Instagram sama TikTok, karena engagement di dua platform itu paling tinggi. Website tetap penting ya, karena di situ berita lebih lengkap. Tapi buat narik pembaca ke website, kita pakai media sosial, bikin konten yang lebih ringan dan menarik dulu, baru arahin ke berita lengkapnya.

Penanya: Oh gitu, berarti ada penyesuaian juga ya di setiap platform?

Arief: Iya, beda banget. Instagram tuh lebih ke visual dan infografis, TikTok lebih ke video pendek dengan storytelling yang cepat, kalau di website ya berita panjang yang lebih mendalam. Jadi, nggak bisa semua platform diperlakukan sama, harus disesuaikan biar nyambung sama audiensnya.

Penanya: Nah, kalau misalnya ada berita yang perlu dikoreksi atau revisi, gimana tuh?

Arief: Kalau di website sih tinggal kita update aja. Tapi kalau di media sosial, lebih tricky. Biasanya kita kasih klarifikasi di caption atau bikin postingan baru buat ngejelasin revisinya. Yang penting harus transparan biar nggak bikin bingung pembaca.

Penanya: Oh iya, sekarang kan semuanya serba data. Nah, Divisi Digital Suara Merdeka pakai data analitik nggak buat memahami audiens?

Arief: Pakai banget! Kita lihat Google Analytic buat tahu berita mana yang paling banyak dibaca, kapan waktu terbaik buat posting, sampai preferensi audiens kita. Dari situ kita bisa bikin strategi konten yang lebih sesuai sama mereka.

Penanya: Kalau buat interaksi audiens, gimana cara Suara Merdeka biar tetap

engage sama mereka?

Arief: Macem-macem sih. Kita suka buka diskusi di kolom komentar, bikin polling di Instagram Stories, dan kalau ada yang nanya di DM atau komen, sebisa mungkin kita bales. Respons yang cepat itu penting, biar mereka juga merasa dihargai.

Penanya: Keren! Nah, dari segi teknologi, ada nggak sih inovasi baru yang diterapin buat produksi atau distribusi berita?

Arief: Kita udah mulai pakai SEO, social media analytics, sama beberapa tools editing otomatis biar kerja lebih efisien. Ke depannya pengen coba pakai AI buat bantu penyuntingan dan distribusi berita juga sih.

Mediamorfosis (Evolusi Media ke Digital)

Penanya: Mas Arief, kalau pola konsumsi berita digital yang berubah ini, berpengaruh nggak ke strategi pemilihan dan penyajian konten?

Arief: Banget! Sekarang orang lebih suka berita yang singkat, visual, dan gampang dicerna. Makanya kita banyak bikin video pendek, infografis, dan headline yang lebih menarik.

Penanya: Kalau soal kecepatan, gimana caranya Suara Merdeka tetap memastikan berita yang diterbitkan itu akurat?

Arief: Ya itu tantangannya, apalagi sekarang persaingannya makin ketat. Kita tetap pegang prinsip verifikasi sebelum publikasi, walaupun berita cepat. Jadi nggak sekadar asal cepet, tapi juga harus tetap kredibel.

Konvergensi (Integrasi Berbagai Platform)

Penanya: Kalau pemilihan konten buat berbagai platform, ada strategi khusus nggak?

Arief: Iya, kita lihat mana yang cocok buat tiap platform. Kalau berita panjang di website, Instagram lebih ke infografis atau carousel, TikTok ke video pendek, dan YouTube lebih ke konten panjang kayak wawancara atau dokumenter.

Penanya: Kalau audiensnya di masing-masing platform, perkembangannya gimana? **Arief:** Instagram sama TikTok lagi naik banget, banyak anak muda di sana. Website masih kuat buat pembaca yang lebih suka berita lengkap. Kalau Twitter dan Facebook mulai menurun, tapi masih ada pembacanya.

Penanya: Nah, SEO dan tren media sosial kan sekarang penting banget buat menjangkau pembaca. Suara Merdeka gimana cara mengoptimalkannya?

Arief: Kita optimasi judul berita, meta description, sama kata kunci buat SEO. Kalau media sosial, kita ngikutin algoritma terbaru biar konten lebih gampang ditemukan.

Kompleksitas (Tantangan dan Inovasi Digital)

Penanya: Dari sisi tim redaksi, ada kendala nggak sih buat adaptasi dari media cetak ke digital?

Arief: Ada banget. Wartawan senior biasanya lebih terbiasa dengan gaya penulisan panjang, sementara di digital harus lebih ringkas dan cepat. Makanya kita adain pelatihan internal buat mereka biar lebih terbiasa dengan format digital.

Penanya: Kalau soal persaingan sama media online lain, apalagi sekarang banyak berita dari AI, gimana cara Suara Merdeka tetap bertahan?

Arief: Kita fokus ke konten yang punya nilai lebih, kayak liputan investigasi atau berita lokal yang nggak bisa dibuat otomatis sama AI.

Konvergensi Media

Penanya: Kalau strategi promosi lintas platform gimana?

Arief: Kita sering bagikan ulang konten dari satu platform ke platform lain. Misalnya, berita dari website kita share ke Instagram dan TikTok, tapi dengan format yang lebih menarik buat masing-masing platform.

Penanya: Kalau konten dari media cetak ke digital, ada proses khusus nggak? **Arief:** Biasanya kita adaptasi artikel cetak jadi infografis atau video pendek buat media sosial.

Penanya: Soal kolaborasi, ada kerja sama nggak sih sama media lain?

Arief: Ada, kita kadang sindikasi berita atau liputan bareng. Tapi tetap harus jaga eksklusivitas konten kita juga.

Penanya: Nah, kalau soal monetisasi dari konten digital, gimana strateginya? **Arief:** Kita tetap pertahankan beberapa konten eksklusif di website buat meningkatkan traffic dan pendapatan iklan. Selain itu, kita juga mulai eksplorasi model bisnis lain, kayak kerja sama brand atau event digital.

Penanya: Oke, menarik banget nih. Terima kasih banyak, Mas Arief, atas waktunya dan penjelasannya!

Arief: Sama-sama! Semoga wawancara ini bisa membantu penelitian kamu. Kalau masih ada yang mau ditanyakan, kabarin aja.

Lampiran 12 Transkrip Wawancara Dengan Iqbal Reporter (Narasumber 3)

A: Pewawancara

B: Iqbal

Transkrip Rekaman Hasil Wawancara:

Penanya: Selamat siang, Mas. Terima kasih sudah meluangkan waktunya buat wawancara ini. Bisa diperkenalkan dulu, nama dan posisi Mas di Suara Merdeka?

Reporter: Siang juga, Mas. Saya Iqbal, reporter lapangan di Suara Merdeka. Saya udah lima tahun kerja di sini, mulai dari desk kriminal, terus pernah di ekonomi, dan sekarang lebih banyak liputan politik sama isu-isu sosial.

Jurnalisme Multikanal

Penanya: Oke, Mas Iqbal. Sekarang kan berita nggak cuma ditulis buat koran atau website, tapi juga harus muncul di media sosial. Gimana Mas menyesuaikan gaya penulisan dan format berita buat berbagai platform ini?

Reporter: Iya, itu yang berubah drastis sih. Kalau buat media cetak atau website, gaya penulisannya tetap lebih formal dan lengkap, kadang bisa sampai seribu kata lebih. Tapi kalau buat Instagram atau TikTok, kita harus bikin versi yang lebih singkat dan langsung ke intinya. Kadang juga pakai headline yang menarik, infografis, atau potongan video singkat biar lebih simpel

Misalnya, kalau ada berita politik yang berat, kita kemas ulang jadi ringkasan visual atau carousel di Instagram. Kalau di TikTok, kita bikin versi video dengan narasi yang lebih santai.

Penanya: Jadi memang harus beda ya di tiap platform?

Reporter: Betul banget. Tiap platform punya karakteristik sendiri. **Website & cetak:** Beritanya panjang, detail, pakai data lengkap. **Instagram:** Lebih ke foto, infografis, carousel, dan video pendek. **TikTok:** Storytelling cepat, narasi santai, kadang ada interaksi langsung. **Twitter:** Update singkat dan langsung ke pokok berita. **YouTube:** Liputan lebih panjang, bisa wawancara mendalam atau

dokumentasi. Jadi, kita nggak bisa asal copy-paste berita dari website ke media sosial. Harus ada penyesuaian.

Penanya: Apa tantangan terbesar yang Mas hadapi saat melakukan liputan untuk banyak platform ini?

Reporter: Tantangan paling besar itu waktu dan multitasking. Sekarang, reporter di lapangan nggak cuma ngeliput dan nulis berita aja, tapi juga harus bikin konten visual, video, bahkan kadang harus live di media sosial. Dulu, kita cukup bawa notebook sama alat rekam. Sekarang? Harus siap ambil foto, bikin video pendek, update Twitter, kirim bahan ke redaksi, baru nulis berita lengkapnya. Kadang, dalam satu liputan aja, kita udah harus bikin beberapa format konten sekaligus.

Penanya: Terus, gimana cara Mas memastikan berita yang dilaporkan tetap akurat dan kredibel, sementara tuntutananya harus cepat?

Reporter: Ini memang dilema buat jurnalis sekarang. Cepat itu penting, tapi kalau sampai salah, malah bahaya. Makanya, kita tetap pegang prinsip verifikasi fakta sebelum publikasi.

Biasanya, sebelum berita naik ke website atau media sosial, kita cek ulang minimal dari dua sumber yang kredibel.

Mediamorfosis (Evolusi dari Cetak ke Digital)

Penanya: Nah, dari pengalaman Mas, gimana sih perubahan pola kerja reporter dari era media cetak ke digital?

Reporter: Perubahannya gede banget. Dulu, kerjaan reporter cuma meliput, wawancara, nulis berita, selesai. Sekarang, harus bisa bikin konten multimedia, paham SEO, bahkan belajar edit video sederhana.

Kalau dulu kita nulis dengan gaya khas media cetak yang panjang, sekarang harus bisa menyesuaikan. Di media sosial, nggak bisa pakai bahasa yang terlalu formal dan bertele-tele. Orang nggak sabar baca berita yang kepanjangan.

Penanya: Apakah ada pelatihan buat jurnalis lapangan supaya bisa adaptasi ke format digital ini?

Reporter: Ada, kita sering dapat pelatihan dari redaksi **buat** penulisan berita digital, optimasi SEO, editing video, sampai cara bikin konten media sosial. Kadang juga ada workshop dari media lain atau perusahaan teknologi biar kita bisa lebih paham tren jurnalisisme digital.

Konvergensi (Integrasi Berbagai Platform)

Penanya: Dalam kerja sehari-hari, gimana koordinasi antara jurnalis lapangan dengan tim redaksi dan Divisi Digital?

Reporter: Biasanya kita punya grup komunikasi internal buat update cepat. Jadi kalau ada berita besar yang lagi kita liput, kita kasih info dulu ke tim digital. Mereka nanti yang bantu distribusi kontennya ke media sosial atau platform lain.

Misalnya, kalau ada breaking news, kita bisa langsung kirim teks pendek atau foto ke tim digital, biar mereka bisa post dulu di Twitter atau Instagram sebelum berita lengkapnya naik di website.

Penanya: Mas Iqbal sendiri merasa tuntutan kerja makin kompleks nggak dengan adanya banyak platform ini?

Reporter: Iya, sekarang jurnalis itu nggak bisa cuma bisa nulis berita aja. Harus bisa bikin foto yang bagus, video singkat, bahkan kadang harus siap ngomong di depan kamera buat live report.

Mungkin ke depannya kita juga bakal makin banyak kerja sama dengan tim multimedia, biar kerjaan lebih terdistribusi.

Kompleksitas & Tantangan Jurnalis di Era Digital

Penanya: Mas, kalau soal hoaks dan misinformasi, bagaimana cara Mas dan tim menghadapinya?

Reporter: Hoaks itu tantangan besar. Kadang berita palsu malah lebih cepat viral dibanding berita asli. Makanya, kita harus selalu cek fakta, konfirmasi ke sumber resmi, dan nggak buru-buru percaya sama informasi yang beredar di media sosial. Kadang kita juga harus meluruskan misinformasi yang udah terlanjur menyebar. Biasanya lewat artikel klarifikasi atau postingan khusus di media sosial.

Penanya: Kalau ada komentar negatif atau tuduhan miring di media sosial, gimana cara Mas menanggapi?

Reporter: Tergantung situasi sih. Kalau komentarnya masih dalam batas wajar, kita jawab dengan data dan fakta. Yang jelas, kita selalu berusaha memberikan informasi sejelas mungkin, biar nggak ada salah paham di pembaca masa Depan Jurnalisme Lapangan

Penanya: Mas Iqbal, menurut Mas gimana masa depan jurnalis lapangan dengan perkembangan media sekarang?

Reporter: Saya rasa jurnalis lapangan tetap akan dibutuhkan, tapi perannya makin luas. Kita nggak cuma sekadar mencatat dan menulis berita, tapi juga harus bisa menyampaikan informasi dalam berbagai format.

Jadi, kalau mau bertahan di dunia jurnalisme sekarang, ya harus fleksibel, terus belajar, dan nggak takut dengan teknologi baru.

Penanya: Terakhir, apa pesan Mas buat anak-anak muda yang mau terjun ke dunia jurnalistik digital?

Reporter: Yang pertama, jangan malas belajar. Dunia media itu berkembang cepat banget, jadi harus selalu update sama tren terbaru.

Yang kedua, jangan gampang percaya informasi sebelum diverifikasi. Jurnalis itu tugasnya ngasih informasi yang benar ke masyarakat, jadi kita harus selalu prioritaskan fakta.

Penanya: Terima kasih banyak, Mas Iqbal, buat waktunya dan sharing-nya.

Reporter: Sama-sama, Mas! Semoga sukses dengan penelitianmu.

Lampiran 13. Open Coding Narasumber (1)

Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan Observasi	Intisari	Kategori
Pewawancara memperkenalkan tujuan penelitian	Saya ingin melakukan wawancara terkait penelitian saya	Pewawancara menyampaikan konteks penelitian	Penelitian difokuskan pada strategi konvergensi media suara merdeka di era digital	Pendahuluan
Informan menjelaskan platform yang digunakan	Suara Merdeka Cuma andalkan media cetak, tapi juga aktif di berbagai platform digital...	Informan menjelaskan ragam kanal distribusi konten	Penerapan multiplatform menjadi bagian dan strategi jurnalisme digital Suara Merdeka	Jurnalisme Multikanal
Informan menjelaskan pentingnya penyesuaian konten	Konten disesuaikan dengan platform: Instagram dan Tiktok pakai berita lengkap	Strategi distribusi disesuaikan dengan karakter platform ...	Setiap platform memiliki gaya konten yang berbeda untuk menjangkau audiens yang tepat	Adaptasi Konten
Informan menyebutkan rapat evaluasi kanal mingguan	Setiap minggu ada rapat redaksi, kita bahas peforma tiap kanal.	Tim redaksi melakukan evaluasi berkala terhadap peforma kanal	Evaluasi ini penting untuk mempertahankan efektifitas strategi multiplatform	Managemen digital
Penjelasa n tentang validasi dan akurasi berita	Kita selalu lakukan cross-check sebelum berita dipublika si.l.	Pengecekan fakta diterapk an sebelum distribus i lintas platform	Berita diverifikasi untuk menjaga kredibilitas meskipun didistribusikan cepat..	Etika Jurnalisme Digital

Penjelasan tentang tantangan dan persaingan	Persaingan ketat... banyak media online dan startup berita yang muncul...	Informasi menyoroti tantangan dari media baru..	Suara Merdeka perlu terus berinovasi untuk tetap kompetitif	Tantangan Digital
Penejelasan Multitasking SDM	Tim redaksi harus bisa multitasking, dari menulis, bikin visual, paham SEO	Perubahan peran jurnalis dalam era digital	Jurnalis dituntut memiliki keterampilan digital dan visual	Transformasi SDM
Penjelasan tentang pelatihan internal	Kita rutin adakan pelatihan internal.. penulisan berita digital, SEO, editing video...	Organisasi melakukan pelatihan peningkatan kapasitas	Pelatihan berkelanjutan dilakukan untuk mendukung transformasi digital..	Adaptasi Organisasi
Penjelasan tentang mediamorfosis Strategi cloning konten	Media cetak masih kita pertahankan, tapi kita juga dorong digital.. Satu berita bisa kita kemas dalam berbagai format... TikTok, infografis, podcast..	Informasi menjelaskan transisi dari cetak ke digital Replika konten lintas platform	Transformasi tidak meninggalkan cetak, tapi mengutamakan digital. Berita dikembangkan dalam berbagai format sesuai kanal.	Mediamorfosis Cloning / Konvergensi

Strategi cross-promotion	Berita di website bisa jadi video pendek di TikTok, infografis di Instagram..	Distribusi konten dilakukan lintas media	Satu berita disebar dalam berbagai bentuk untuk menjangkau audiens berbeda	Cross-Promotion
Kerjasama dengan media lain	Kita pernah kerja sama dengan VIVA... pertukaran konten. Trends untuk menentukan prioritas berita	Informan menjelaskan bentuk cooperation.	Kolaborasi dilakukan untuk memperluas distribusi konten	Coopetition
Penjelasan tentang kompleksitas dan inovasi	Kita fokus ke konten eksklusif ... berita daerah yang lebih mendalam.	Upaya membedakan diri dari kompetitor..	Penyediaan konten eksklusif sebagai strategi unggulan.	Kompleksitas dan Inovasi
Penjelasan monetisasi digital	Kita mulai eksplorasi model bisnis berbasis membership, sponsorship, dan event digital	Strategi bisnis media dalam era digital	Diversifikasi sumber pendapatan menjadi solusi keberlanjutan.	Monetisasi Digital

Lampiran 14. Open Coding Narasumber (2)

Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan Observasi	Intisari	Kategori
Pewawancara bertanya tentang strategi distribusi multiplatform	Mas Arief, gimana sih strategi divisi digital suara merdeka dalam menyebarkan berita ke berbagai platform digital?	Pertanyaan pembuka tentang strategi konten digital	Peneliti memulai pembahasan jurnalisme multikanal	Pendahuluan/Jurnalisme Multikanal
Narasumber menjelaskan distribusi konten ke media sosial	Arief: Nah, kalau sekarang sih kita paling aktif di instagram sama Tiktok...	Menjelaskan peran penting instagram dan Tiktok	Strategi multiplatform difokuskan ke media sosial dengan engagement tinggi...	Jurnalisme Multikanal
Narasumber menjelaskan gaya konten yang disesuaikan	Arief: iya, beda banget, instagram tuh lebih ke visual...	Menjelaskan perbedaan pendekatan konten tiap platform	Penerapan strategi konten	Jurnalisme Multikanal/Adaptasi Konten
Narasumber menjelaskan transparansi koreksi berita	Arief: kalau di website sih tinggal kita update aja...	Transparansi dalam revisi berita	Penanganan revisi konten digital dilakukan dengan terbuka	Etika Jurnalistik Digital
Narasumber menjelaskan penggunaan Google Analytc	Arief: pakai banget, kita lihat google analytc buat tau berita mana yang paling banyak	Pemanfaatan data untuk strategi konten	Data analytc digunakan untuk memahami preferensi audiens	Data & Analisis Audiens

dibaca...				
Narasumber menjelaskan cara interaksi dengan audiens	Arief: Macem-macam sih, kita suka buka diskusi di kolom komentar	Respons terhadap audiens di media sosial	Membangun engagement pembaca secara aktif	Strategi Audiens/Engagement
Narasumber menjelaskan penggunaan teknologi & AI	Arief: kita udah mulai pakai SEO, sosial media analytc...	Effisiensi kerja lewat pemanfaatan teknologi	Adopsi teknologi digital dalam proses kerja	Transformasi Digital

Lampiran 15. Open Coding Narasumber (3)

Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan Observasi	Intisari	Kategori
Pewancar membuka wawancara	Penanya: Selamat siang mas. Terimakasih sudah meluangkan waktunya buat wawancara ini. Bisa diperkenalkan dulu, nama dan posisi mas di suara merdeka?	Pewancara menyapa dan memulai dengan pertanyaan identitas	Pengantar wawancara untuk mengetahui identitas informan	Pendahuluan
Narasumber memperkenalkan diri	Reporter: Siang juga, Mas. Saya Iqbal, reporter lapangan di Suara Merdeka...	Iqbal memperkenalkan posisi dan pengalamannya	Informan adalah reporter lapangan dengan pengalaman di berbagai desk.	Identitas Informan
Diskusi tentang jurnalisme multikanal	Reporter: Kalau buat media cetak atau website, gaya penulisannya tetap lebih formal dan lengkap...	Menjelaskan perbedaan pendekatan konten untuk berbagai platform.	Penyesuaian konten dilakukan agar cocok untuk format dan karakter tiap media.	Jurnalisme Multikanal
Tantangan reporter multiplatform	Reporter: Tantangan paling besar itu waktu dan	Menjelaskan kompleksitas tugas jurnalis lapangan modern.	Jurnalis harus melakukan berbagai tugas sekaligus	Kompleksitas / Transformasi Jurnalis

	multitaskin g...		dalam waktu singkat.	
Kredibilitas & kecepatan informasi	Reporter: Cepat itu penting, tapi kalau sampai salah, malah bahaya...	Menekankan pentingnya verifikasi dalam distribusi cepat.	Jurnalis tetap harus mengutamakan akurasi di tengah tuntutan kecepatan.	Etika Jurnalistik / Verifikasi
Mediamorfosis dari cetak ke digital	Reporter: Dulu kerjaan reporter cuma meliput, wawancara, nulis berita...	Menggambarkan perubahan dari kerja cetak ke digital	Peran jurnalis semakin luas dalam ekosistem digital	Mediamorfosis
Pelatihan digital	Reporter: Ada, kita sering dapat pelatihan dari redaksi...	Menjelaskan adanya dukungan pelatihan	Redaksi memberi pelatihan rutin untuk adaptasi digital	Adaptasi SDM
Koordinasi dengan tim digital	Reporter: Biasanya kita punya grup komunikasi internal buat update cepat...	Menjelaskan integrasi tim lapangan dan digital.	Koordinasi penting agar konten cepat tersebar lintas platform.	Konvergensi
Kompleksitas peran jurnalis	Reporter: Iya, sekarang jurnalis itu nggak bisa cuma bisa nulis berita aja...	Menjelaskan bahwa tugas jurnalis kini mencakup multimedia	Tugas jurnalis kini melebar ke video, foto, bahkan siaran langsung.	Kompleksitas
Hoaks dan misinformasi	Reporter: Hoaks itu	Tantangan dalam menghadapi	Jurnalis harus menjadi filter untuk	Tantangan Digital

	tantangan besar...	informasi palsu.	meluruskan informasi yang salah.	
Menanggapi komentar negatif	Reporter: Tergantung situasi sih. Kalau komentarnya masih dalam batas wajar...	Menjelaskan cara merespons publik	Transparansi dan pendekatan berbasis data digunakan untuk menangkal kritik.	Engagement / Akuntabilitas
Masa depan jurnalis lapangan	Reporter: Saya rasa jurnalis lapangan tetap akan dibutuhkan. ..	Optimisme terhadap masa depan profesi.	Peran jurnalis akan tetap penting namun lebih fleksibel dan adaptif.	Masa Depan Jurnalisme
Pesan untuk calon jurnalis	Reporter: Yang pertama, jangan malas belajar...	Saran motivasional untuk generasi muda	Jurnalis masa kini harus terus belajar dan menjaga etika	Motivasi / Pendidikan Media

Lampiran 16. Axial Coding

Tabel 4.6. Tabel Axial Coding

Kategori	Konsep	Indikator	Keterangan Temuan	Informan 1 (Narasumber 1)	Informan 2 (Narasumber 2)	Informan 3 (Narasumber 3)
Jurnalisme Multikanal	Distribusi konten	Platform digital	Distribusi dilakukan melalui multiplatform: website, Instagram, TikTok, dan media cetak..	Konten disesuaikan dengan platform: Instagram dan TikTok pakai konten visual...”	“Instagram tuh lebih ke visual dan infografis...”	“Kalau buat cetak atau web, gaya nulisnya formal, di Instagram harus singkat dan visual.”
Transformasi Digital	Adaptasi SDM	Pelatihan internal	Pelatihan rutin meningkatkan kompetensi digital jurnalis dalam menghadapi media baru.	Kita rutin adakan pelatihan internal... SEO, editing video.	“Kita sering dapat pelatihan dari redaksi...”	“Ada pelatihan buat penulisan digital, edit video, dan cara kerja media sosial.”
Kompleksitas Jurnalis	Multitasking	Fleksibilitas kerja	Jurnalis wajib menguasai multimedia, mobile reporting, dan kerja cepat.	“Harus bisa multitasking, dari menulis, bikin visual, paham SEO.”	Sekarang jurnalis itu harus bisa ambil video juga.”	“Ada pelatihan buat penulisan digital, edit video, dan cara kerja media sosial.”
Konvergensi media	Cloning / Reformat	Replikasi lintas format	Satu berita dikemas ulang menjadi infografis, video pendek, dan podcast	“Satu berita bisa kita kemas dalam berbagai format... TikTok, infografis, podcast.”	“Artikel cetak biasanya kita adaptasi jadi video pendek...”	“Satu liputan bisa jadi banyak versi: video, carousel, story, artikel.”
Konvergensi media	Cross Promotion	Promosi silang konten	Platform saling mendukung untuk promosi konten yang sama..	“Berita di website bisa jadi video pendek di TikTok...”	“Konten website kami buat teaser-nya untuk Instagram Story.”	“Kalau udah tayang di web, biasanya saya bantu share di IG dan WA grup.”
Konvergensi Media	Coopetion	Kolaborasi media	Media bekerja sama untuk memberikan keuntungan satu sama lain	“Kami pernah kerja sama saling tukar konten dan meningkatkan distribusi	“Kadang kami sindikasi berita atau liputan bareng..”	“Saya pernah bantu kirim berita buat desk lain juga, lintas divisi.
Engagement Audiens	Interaksi Digital	Komunikasi dua arah	Komentar, polling, diskusi, dan pesan langsung jadi cara jurnalis merespons publik.	““Kami buka ruang diskusi di medsos.”	“Polling IG Story dan bales komentar jadi bagian strategi.”	“Kadang saya langsung live kalau liputan besar... biar lebih dekat sama audiens.”
Etika Jurnalisme	Verifikasi Fakta	Akurasi sebelum tayang	Meski berita cepat disebar, akurasi tetap jadi prinsip utama.	“Kita selalu lakukan cross check sebelum berita dipublikasi.”	“Kalau ada berita viral, kita harus verifikasi dua arah dulu.”	“Kalau cepat tapi salah, malah bahaya. Tetap harus verifikasi.”

Tantangan Digital	Persaingan Platform	Adaptasi algoritma	Media harus paham algoritma agar konten mereka tidak kalah bersaing dengan akun kreator non media	“Sekarang saingannya bukan cuma media, tapi juga akun TikTok atau IG pribadi.”	“Algoritma IG berubah terus, jadi konten harus kreatif.”	“Kalau konten gak ngikutin tren, bisa tenggelam.”
Monetisasi Digital	Model Bisnis Baru	Sponsorship, Event, Iklan	Media mencari pemasukan dari berbagai jalur digital seperti adsense, kolaborasi brand, hingga event online.	“Kita mulai eksplorasi model bisnis berbasis membership, sponsorship, dan event digital.”	“Kami pernah kolaborasi bikin konten promosi bareng brand lokal.”	“Sekarang konten kadang disponsori, tapi tetap harus informatif.”
Masa Depan Jurnalisme	Ketahanan Profesi	Relevansi jurnalis	Peran jurnalis tetap penting di era digital, asal mau belajar dan beradaptasi.	“Kalau gak ikut digital, bisa ketinggalan.”	“Harus terus belajar dan buka wawasan.”	“Jurnalis tetap dibutuhkan, asal fleksibel dan mau belajar hal baru.”

Lampiran 17. Selective Coding

1. Transformasi Digital Suara Merdeka

Transformasi media cetak Suara Merdeka ke media digital merupakan respons strategis terhadap tantangan dan peluang yang muncul akibat perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat. Proses ini mencakup berbagai pertimbangan penting yang berkaitan dengan aspek operasional, preferensi audiens, dan daya saing di era digital. Transformasi ini didorong oleh kombinasi faktor eksternal dan internal. Secara eksternal, perubahan perilaku pembaca menjadi faktor utama. Tingkat minat baca terhadap media cetak terus menurun seiring dengan meningkatnya preferensi masyarakat terhadap informasi yang cepat, instan, dan dapat diakses kapan saja melalui perangkat digital.

“Media cetak itu dalam kesulitan, apa ya, tingkat minat baca orang-orang rendah. Ditambah lagi biaya produksi tinggi. Itu sebabnya kita beralih ke digital. Sekarang lebih gampang. Dengan platform digital, berita kita bisa diakses luas tanpa harus cetak, distribusi pun jadi lebih hemat.” (Narasumber 1).

Biaya produksi media cetak, mulai dari pencetakan hingga distribusi, terus meningkat dan memberikan tekanan finansial pada operasional. Dengan digitalisasi, Suara Merdeka mampu menekan biaya produksi sembari memperluas daya jangkau berita mereka. Narasumber menjelaskan:

“Media cetak itu menghadapi kesulitan besar, terutama karena biaya produksi yang sangat tinggi. Bayangkan saja, dari kertas, pencetakan, sampai distribusi, semuanya memerlukan biaya besar, sementara minat baca masyarakat terhadap media cetak terus menurun. Itu sebabnya kita harus beralih ke digital. Dengan digital, kita bisa memangkas semua biaya tersebut. Tidak perlu lagi ada proses cetak, distribusi pun jauh lebih hemat. Selain itu, dengan digital, kita juga bisa menjangkau pembaca yang lebih luas, bahkan

di luar negeri, tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan.” (Narasumber 1).

Media digital memberikan keunggulan dalam menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batas geografis. Suara Merdeka memanfaatkan Google Analytics untuk memantau pembaca dari berbagai wilayah, termasuk luar negeri, seperti dijelaskan oleh narasumber:

“pembaca sekarang lebih suka akses cepat dari HP, bukan nunggu cetak lagi, kalau bisa langsung baca dan share, itu lebih efektif” (Narasumber 2)

Selain itu, transformasi ke digital juga menjadi respons atas kebutuhan untuk beradaptasi dengan pola konsumsi informasi yang semakin dinamis. Surat kabar, majalah dan media informasi berbasis cetak saat ini mengalami masa perubahan dimana dunia digital telah mempengaruhi pembaca untuk mendapatkan berita yang serba cepat dan tanpa batas. Pembaca saat ini menginginkan berita yang cepat, bahkan jika informasi awalnya belum sempurna. Seperti yang dijelaskan narasumber:

“saya juga lebih sering langsung kirim berita ke system digital sekarang, karena pembaca lebih cepat aksesnya dari medssos.” (Narasumber 3).

2. Kompleksitas Peran Jurnalis

Digitalisasi tidak hanya mengubah platform, tetapi juga memperluas ruang lingkup dan tanggung jawab profesi jurnalis. Jurnalis tidak lagi hanya dituntut menulis naskah, tetapi juga harus mampu

mengambil gambar, membuat video, mengedit konten, hingga menyebarkan informasi secara langsung melalui media sosial. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa jurnalis di Suara Merdeka dituntut menguasai kemampuan teknis multimedia dan mampu beradaptasi dengan ritme kerja yang lebih cepat dan dinamis

Hal ini menciptakan kompleksitas baru dalam struktur kerja redaksional. Pembagian kerja menjadi lebih cair dan multitasking menjadi hal yang tak terhindarkan. Dengan demikian, transformasi digital juga menuntut peningkatan kapasitas SDM serta perubahan budaya kerja di lingkungan redaksi.

Narasumber menjelaskan:

“Sekarang kami di lapangan harus siap semuanya. Kadang ambil gambar, kadang bikin video, terus kirim cepat ke tim medsos atau langsung upload. Jadi, kita dituntut fleksibel.” (Narasumber 3)

“Tim redaksi harus bisa multitasking, dari menulis, bikin visual, sampai ngerti SEO dan konten IG.” (Narasumber 1)

“Jurnalis sekarang gak bisa cuma nulis. Harus bisa juga buat video pendek buat IG dan TikTok.” (Narasumber 2)

3. Strategi Konvergensi Media

Strategi konvergensi yang diterapkan Suara Merdeka merupakan bentuk nyata dari proses mediamorfosis sebagaimana dikemukakan oleh Roger Fidler. Konvergensi ini diwujudkan dalam bentuk penggunaan satu konten untuk berbagai kanal distribusi dengan format yang berbeda dikenal sebagai cloning. Selain itu, ada cross promotion antar platform, content sharing antar divisi, serta cooptation atau kerja sama dengan media lain. Melalui konvergensi, satu liputan bisa dikembangkan menjadi artikel web, infografis untuk Instagram, video pendek untuk TikTok,

hingga siaran langsung untuk YouTube atau Facebook. Proses ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens tetapi juga efisien dalam produksi konten.

“Berita di website bisa jadi video pendek di TikTok, infografis di Instagram. Kita juga promosiin ulang pakai teaser di Story.”
(Narasumber 2)

“Satu berita bisa kita kemas dalam berbagai format. Kadang artikel panjangnya di web, terus dibuat juga jadi video dan infografis.”
(Narasumber 1)

“Satu liputan bisa jadi banyak versi: video, carousel, story, artikel. Biar semua platform jalan.” (Narasumber 3)

4. Engagement dan Strategi Audiens

Salah satu kelebihan dari media digital adalah kemampuannya untuk membangun interaksi dua arah dengan audiens. Suara Merdeka memanfaatkan berbagai fitur media sosial seperti komentar, polling, live streaming, dan pesan langsung sebagai strategi engagement. Ini adalah bentuk jurnalisme partisipatif yang menempatkan pembaca tidak hanya sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai kontributor opini. Selain itu, penggunaan tools seperti Google Analytics memungkinkan redaksi mengetahui perilaku dan preferensi audiens secara real-time. Hal ini memperkuat fungsi redaksi sebagai pihak yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menyesuaikan kontennya dengan kebutuhan dan minat pembaca.

“Kita suka buka diskusi di komentar, polling di IG Story, dan bales DM dari audiens.” (Narasumber 2)

“Kadang saya langsung live kalau liputan besar... biar lebih dekat sama audiens.” (Narasumber 3)

“Kita lihat Google Analytic buat tahu berita mana yang paling banyak dibaca.” (Narasumber 1)

5. Etika dan Dampak Akurasi Jurnalisme

kecepatan distribusi di era digital sering kali mengorbankan prinsip verifikasi. Namun di Suara Merdeka, prinsip jurnalistik tetap dijaga secara ketat. Proses verifikasi dan cross-check tetap menjadi syarat utama sebelum berita tayang, baik di platform cetak maupun digital. Etika jurnalisme menjadi pagar moral yang membedakan media profesional dari pembuat konten sembarangan. Dalam konteks ini, nilai dasar jurnalisme seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keberimbangan tetap relevan dan dijaga meskipun proses kerja berubah drastis.

*“Kita selalu lakukan cross-check sebelum berita dipublikasi.”
(Narasumber 1)*

“Sebelum berita naik ke website, kita cek ulang dari minimal dua sumber.” (Narasumber 2)

*“Kalau cepat tapi salah, malah bahaya. Tetap harus verifikasi.”
(Narasumber 3)*

6. Tantangan dan Model Bisnis Baru

Transformasi digital membawa tantangan pada aspek bisnis. Model pendapatan yang sebelumnya hanya mengandalkan iklan dan langganan cetak tidak lagi relevan sepenuhnya. Untuk itu, Suara Merdeka mulai menjelajahi model bisnis baru, seperti monetisasi platform YouTube, kerja sama dengan brand (sponsored content), hingga penyelenggaraan event virtual. Ini adalah bentuk adaptasi agar media tetap bertahan secara ekonomi dalam lanskap digital yang sangat kompetitif. Persaingan tidak

lagi hanya dengan sesama media, tetapi juga dengan content creator yang memiliki jangkauan luas dan respons lebih cepat.

“Kita mulai eksplorasi model bisnis berbasis membership, sponsorship, dan event digital.” (Narasumber 1)

*“Kami pernah kolaborasi bikin konten promosi bareng brand lokal.”
(Narasumber 2)*

*“Sekarang konten kadang disponsori, tapi tetap harus informatif.”
(Narasumber 3)*

Lampiran 18. Hasil Check Turnitin

BAB 1 sampai BAB 5_Alraudhi Rianto.pdf

ORIGINALITY REPORT

6 %	6 %	2 %	2 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universidad Francisco de Paula Santander Student Paper	<1 %
2	docplayer.info Internet Source	<1 %
3	eprints.upj.ac.id Internet Source	<1 %
4	journal.budiluhur.ac.id Internet Source	<1 %
5	dokumen.iain-manado.ac.id Internet Source	<1 %
6	id.scribd.com Internet Source	<1 %
7	liternote.com Internet Source	<1 %
8	repository-penerbitlitnus.co.id Internet Source	<1 %
9	ojs.stiami.ac.id Internet Source	<1 %
10	docobook.com Internet Source	<1 %

text-id.123dok.com

Lampiran 19. Sertifikat Prima



SERTIFIKAT

47/INT-PRM/UPJ/09/19

Diberikan Kepada :

Alraudhi Rianto

Atas partisipasinya sebagai **Peserta** dalam kegiatan
'Expand The Power in You'

PRIMA 2019

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA 15, 16, 17 AGUSTUS 2019

Ketua Prima

Yabes Condi

Koordinator Prima

Fitriyah Nurhidayah, S.E., M.Si.