



ANALISIS STRATEGI JURNALISTIK RADAR BOGOR DALAM MEMPERTAHANKAN DAYA TARIK BERITA DIGITAL DI ERA MEDIA *ONLINE*

Dian Fitri Nuur' Ainii^{1*} & Abung Supama Wijaya²

^{1&2}Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University,
Jalan Kumbang Nomor 14, Bogor, Jawa Barat 16128, Indonesia

*Email: diannfi10@gmail.com

Submit: 23-05-2026; Accepted: 02-06-2026; Published: 06-10-2026

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi jurnalistik yang diterapkan Radar Bogor dalam mempertahankan daya tarik berita digital di tengah perkembangan media *online* dan perubahan perilaku *audiens*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus pada praktik produksi dan pengelolaan berita digital Radar Bogor. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi simpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radar Bogor menerapkan sejumlah strategi, meliputi pemanfaatan *Search Engine Optimization* (SEO), pemilihan isu lokal yang dekat dengan kehidupan masyarakat, penggunaan judul yang menarik dan tetap akurat, pemanfaatan unsur visual, serta penentuan sudut pandang berita yang mengedepankan akurasi dan keberimbangan melalui proses verifikasi. Redaksi juga memanfaatkan *Google Analytics* untuk memantau pola konsumsi *audiens* dan menjadi salah satu bahan evaluasi dalam menentukan strategi pemberitaan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa karakter lokal menjadi salah satu kekuatan media dalam menghasilkan berita yang kontekstual dan relevan dengan kebutuhan *audiens*. Kontribusi penelitian ini terletak pada pemahaman mengenai integrasi antara praktik jurnalistik, pemanfaatan teknologi digital, dan pembacaan perilaku *audiens* dalam pengelolaan berita pada media lokal. Simpulan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan media lokal dalam mempertahankan daya tarik berita digital ditentukan oleh kemampuan mengintegrasikan kualitas jurnalistik, pemanfaatan teknologi digital, dan pemahaman terhadap kebutuhan *audiens* lokal.

Kata Kunci: Berita Digital, *Google Analytics*, Media Lokal, Perilaku *Audiens*, *Search Engine Optimization*, Strategi Jurnalistik.

ABSTRACT: This study aims to analyze the journalistic strategies employed by Radar Bogor to maintain the appeal of its digital news amidst the evolution of online media and changing audience behaviors. A descriptive qualitative approach was adopted, utilizing a case study method to examine Radar Bogor's digital news production and management practices. Data were gathered through in-depth interviews, observation, and documentation, then analyzed interactively through stages of data reduction, data display, and conclusion drawing and verification. The results indicate that Radar Bogor implements several strategies, including the use of *Search Engine Optimization* (SEO), the selection of local issues relevant to the community, the use of engaging yet accurate headlines, the incorporation of visual elements, and the adoption of news angles that prioritize accuracy and balance through verification processes. The editorial team also utilizes *Google Analytics* to monitor audience consumption patterns, using this data to evaluate and shape news coverage strategies. The findings reveal that a local focus serves as a key strength, enabling the media outlet to produce news that is contextual and relevant to audience needs. This study contributes to the understanding of how journalistic practices, digital technology, and audience behavior analysis are integrated into news management within local media. The study concludes that the success of local media in sustaining the appeal of digital news depends on the ability to integrate journalistic quality, digital technology utilization, and an understanding of local audience needs.

Keywords: Digital News, *Google Analytics*, Local Media, Audience Behavior, *Search Engine Optimization*, Journalistic Strategy.



How to Cite: Ainii, D. F. N., & Wijaya, A. S. (2026). Analisis Strategi Jurnalistik Radar Bogor dalam Mempertahankan Daya Tarik Berita Digital di Era Media Online. *Panthera : Jurnal Ilmiah Pendidikan Sains dan Terapan*, 6(4), 2143-2158. <https://doi.org/10.36312/panthera.v6i4.1463>



Panthera : Jurnal Ilmiah Pendidikan Sains dan Terapan is Licensed Under a CC BY-SA [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Arus informasi berita digital mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan meningkatnya penggunaan internet. Perubahan tersebut tidak hanya menggeser pola distribusi berita, tetapi juga mengubah cara masyarakat memilih, mengakses, dan mengonsumsi informasi. Berdasarkan *Digital News Report 2025*, sebanyak 79% responden di Indonesia mengakses berita melalui sumber daring, sementara 57% menggunakan media sosial sebagai salah satu sumber berita. Pada saat yang sama, tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap berita secara umum berada pada angka 36%, menurun dibandingkan 39% pada 2021 (*Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media digital memiliki posisi penting dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, tetapi pada saat yang sama menghadapi tantangan dalam mempertahankan perhatian dan kepercayaan *audiens*.

Perubahan pola konsumsi berita tersebut semakin kuat karena penggunaan perangkat seluler dan media sosial memungkinkan masyarakat mengakses informasi secara cepat, fleksibel, dan lintas *platform*. *Smartphone* menjadi perangkat utama untuk mengakses berita di Indonesia, dengan 81% responden menggunakannya untuk konsumsi berita (*Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2025). Kondisi ini menyebabkan pembaca memiliki pilihan sumber informasi yang semakin beragam dan dapat berpindah dari satu media ke media lainnya dengan mudah. Dengan demikian, persaingan media digital tidak hanya terjadi dalam hal kecepatan menyampaikan informasi, tetapi juga dalam kemampuan media menghasilkan konten yang relevan, menarik, kredibel, dan sesuai dengan karakteristik *audiens*.

Situasi tersebut menjadikan strategi jurnalistik sebagai salah satu aspek penting yang menentukan kemampuan media dalam mempertahankan daya tarik berita. Strategi jurnalistik tidak hanya berkaitan dengan proses penulisan berita, tetapi mencakup proses pemilihan isu, penentuan nilai berita, penentuan sudut pandang, penyusunan judul, penggunaan unsur visual, kecepatan publikasi, serta pemilihan saluran distribusi. Strategi tersebut perlu disesuaikan dengan karakteristik media digital yang menuntut informasi disajikan secara cepat dan mudah dipahami, tetapi tetap memenuhi prinsip akurasi, keberimbangan, verifikasi, dan tanggung jawab jurnalistik. Dengan demikian, daya tarik berita dalam media digital tidak semata-mata ditentukan oleh kemampuan menghasilkan konten yang menarik perhatian, tetapi juga oleh kemampuan media mempertahankan kualitas dan kredibilitas informasi.

Persoalan tersebut menjadi semakin kompleks bagi media lokal. Media lokal harus berhadapan dengan persaingan dari media nasional, portal berita digital,
Uniform Resource Locator: <https://e-journal.lp3kamandanu.com/index.php/panthera>



serta berbagai *platform* media sosial yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi secara langsung. Di satu sisi, media lokal memiliki keunggulan berupa kedekatan geografis dan isu dengan masyarakat. Di sisi lain, media lokal dituntut untuk mampu mengembangkan bentuk penyajian dan distribusi berita agar tetap relevan dengan perubahan perilaku *audiens*. Profesionalisme jurnalis, kualitas informasi, dan kemampuan melakukan adaptasi digital menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepercayaan publik dan keberlanjutan media lokal (Rinaldi *et al.*, 2025).

Salah satu media lokal yang menghadapi dinamika tersebut adalah Radar Bogor. Radar Bogor merupakan media lokal yang bermula dari surat kabar harian dan pertama kali terbit pada 2 November 1998 di Kota Bogor. Seiring perkembangan teknologi informasi, Radar Bogor melakukan transformasi dari media cetak menjadi media yang mendistribusikan informasi melalui berbagai *platform digital*. Transformasi tersebut menunjukkan bahwa perubahan teknologi tidak hanya berdampak pada bentuk produk jurnalistik, tetapi juga pada proses produksi dan distribusi berita serta cara media membangun hubungan dengan *audiens*.

Perkembangan digital Radar Bogor terlihat dari pemanfaatan berbagai kanal distribusi, seperti situs berita, *Instagram*, *Facebook*, *X/Twitter*, *TikTok*, dan *YouTube*. Kehadiran berbagai *platform* tersebut menunjukkan penerapan strategi *multiplatform* yang memungkinkan satu konten berita dikembangkan dan didistribusikan melalui karakteristik media yang berbeda. Data pihak ketiga pada 2026 juga menunjukkan akun *Instagram* Radar Bogor telah memiliki lebih dari 700 ribu pengikut, yang mengindikasikan besarnya potensi jangkauan *audiens* melalui media sosial. Namun, besarnya jangkauan digital tidak secara otomatis menunjukkan bahwa *audiens* memiliki loyalitas terhadap satu media. Pembaca tetap memiliki kebebasan untuk memilih sumber berita lain sehingga media perlu terus mengembangkan strategi untuk mempertahankan perhatian *audiens*.

Signifikansi persoalan tersebut semakin terlihat dari perkembangan kinerja digital Radar Bogor. Pada Januari 2026, Radar Bogor memperoleh penghargaan sebagai Media Digital Terbaik 2025 se-Jawa Pos Group. Penghargaan tersebut diberikan karena Radar Bogor mencatat *page views* tertinggi di antara media dalam jaringan Jawa Pos Group sekaligus memperoleh *omzet* digital terbesar sepanjang 2025. Data tersebut memperlihatkan bahwa transformasi digital Radar Bogor bukan sekadar perubahan medium penyebaran berita, tetapi telah menjadi bagian penting dari strategi pengembangan dan keberlanjutan media. Meskipun demikian, capaian trafik tersebut perlu dipahami lebih lanjut dari sisi strategi jurnalistik yang menghasilkan daya tarik berita, bukan hanya dari sisi jumlah kunjungan atau performa distribusi digital.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji adaptasi media terhadap perkembangan teknologi digital. Nugroho & Simangunsong (2024), misalnya, menunjukkan bahwa konvergensi media dilakukan dengan mengintegrasikan *platform* konvensional dan digital untuk menyesuaikan perubahan pola konsumsi *audiens*. Zellatifanny (2020) juga menunjukkan bahwa media di Indonesia mengembangkan strategi *multiplatform* melalui pemanfaatan berbagai kanal digital, termasuk media sosial dan *podcast*, untuk memperluas jangkauan *audiens*.



Penelitian mengenai Radar Bogor juga telah dilakukan dari perspektif tertentu. Penelitian mengenai pemanfaatan *Instagram Reels* pada akun *@radar_bogor* berfokus pada strategi pengelolaan konten berita melalui fitur *Reels* dan kesesuaiannya dengan dimensi *Media Richness Theory* (Syafira, 2025). Penelitian lainnya mengenai penulisan *feature* pada media *online* Radar Bogor menitikberatkan pada penerapan unsur *human interest* dalam penulisan berita *feature*. Sedangkan penelitian Lahagu & Wijaya (2025) membahas peran jurnalis Radar Bogor dalam penyampaian berita dan promosi digital, khususnya dalam memilih topik yang sedang tren dan menyesuaikan gaya penulisan dengan preferensi *audiens*.

Temuan penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa adaptasi digital Radar Bogor telah dikaji dari beberapa aspek, seperti pemanfaatan media sosial, karakteristik konten *feature*, peran jurnalis, dan promosi digital. Namun, masih terdapat ruang penelitian untuk memahami strategi jurnalistik secara lebih komprehensif sebagai proses yang menghubungkan pemilihan isu, produksi berita, penyajian konten, dan distribusi *multiplatform* dalam upaya mempertahankan daya tarik berita digital. Dengan kata lain, penelitian terdahulu cenderung berfokus pada *platform* atau bentuk konten tertentu, sedangkan hubungan antara strategi jurnalistik pada tingkat redaksional dengan upaya mempertahankan daya tarik berita digital pada media lokal masih perlu dikaji lebih mendalam.

Kesenjangan tersebut penting karena daya tarik berita digital tidak hanya terbentuk dari penggunaan *platform* tertentu, tetapi merupakan hasil dari serangkaian keputusan jurnalistik. Pemilihan isu lokal, penentuan sudut pandang, kecepatan produksi, penggunaan judul dan visual, pemanfaatan media sosial, serta penyesuaian format berita dengan karakteristik masing-masing *platform* merupakan bagian yang saling berkaitan. Pada saat yang sama, strategi tersebut harus tetap berada dalam batas prinsip jurnalistik, terutama akurasi, verifikasi, keberimbangan, dan tanggung jawab terhadap publik. Oleh sebab itu, menarik untuk melihat bagaimana Radar Bogor menyeimbangkan kebutuhan untuk menghasilkan berita yang menarik dan kompetitif dengan tuntutan untuk mempertahankan kualitas serta kredibilitas jurnalistik.

Penelitian ini memiliki kebaruan pada upaya melihat strategi jurnalistik Radar Bogor secara terintegrasi, bukan hanya berdasarkan satu *platform* atau jenis konten tertentu. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana strategi tersebut diterapkan sejak proses pemilihan dan pengolahan isu hingga penyajian serta distribusi berita melalui berbagai *platform digital*. Perspektif tersebut memberikan pemahaman mengenai bagaimana media lokal mengelola proses jurnalistik dalam menghadapi perubahan pola konsumsi berita, persaingan antarmedia, dan tuntutan untuk mempertahankan perhatian *audiens* tanpa mengabaikan prinsip-prinsip jurnalistik.

Dengan demikian, penelitian mengenai strategi jurnalistik Radar Bogor menjadi relevan tidak hanya untuk memahami praktik jurnalistik pada satu institusi media lokal, tetapi juga untuk menjelaskan bagaimana media lokal beradaptasi dengan ekosistem berita digital yang semakin kompetitif. Kajian ini memberikan kontribusi akademik dalam memperluas pembahasan mengenai strategi jurnalistik, konvergensi media, dan pengelolaan daya tarik berita digital, sekaligus memberikan



gambaran empiris mengenai praktik adaptasi media lokal di tengah perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi jurnalistik yang diterapkan oleh Radar Bogor dalam mempertahankan daya tarik berita digital di era media *online* serta mengkaji implementasi strategi tersebut dalam proses produksi, penyajian, dan distribusi berita melalui berbagai *platform digital*.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis strategi jurnalistik media daring dalam mempertahankan daya tarik berita digital pada Radar Bogor. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam berdasarkan perspektif dan pengalaman pihak-pihak yang terlibat dalam proses penelitian (Creswell, 2018). Metode deskriptif dipilih karena penelitian berfokus pada penggambaran dan interpretasi strategi jurnalistik yang diterapkan dalam proses produksi dan penyajian berita digital.

Penelitian dilaksanakan di Radar Bogor sebagai lokasi penelitian, khususnya pada aktivitas redaksi dan produksi berita digital. Penelitian dilakukan selama kegiatan magang. Subjek penelitian dipilih secara *purposive*, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa *informan* memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam proses produksi berita digital. Pemilihan *informan* tersebut didasarkan pada kemampuan mereka dalam memberikan informasi mengenai kebijakan redaksional, proses pemilihan isu, penulisan berita, penggunaan unsur visual, serta strategi untuk meningkatkan daya tarik dan respons *audiens* terhadap berita digital. *Informan* juga dipilih berdasarkan pengalaman dan pemahamannya terhadap perkembangan media digital serta karakteristik *audiens* yang menjadi sasaran pemberitaan Radar Bogor.

Penelitian dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan pengumpulan data. Pada tahap persiapan, peneliti melakukan studi literatur terhadap berbagai sumber yang relevan dengan jurnalistik media daring, daya tarik berita digital, perilaku *audiens*, serta metode penelitian kualitatif. Studi literatur juga digunakan sebagai dasar dalam menyusun instrumen penelitian berupa pedoman observasi dan pedoman wawancara. Pada tahap pelaksanaan, peneliti mengikuti kegiatan magang dan berpartisipasi dalam aktivitas jurnalistik, seperti pencarian dan pengumpulan informasi, riset isu, penyusunan materi berita, serta penulisan berita. Keterlibatan tersebut memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman secara langsung mengenai proses produksi dan penyajian berita digital.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas produksi berita dan penyajian konten pada *platform digital* Radar Bogor. Observasi diarahkan pada beberapa aspek, yaitu: 1) pemilihan dan aktualitas isu; 2) penulisan judul; 3) penyusunan *lead*; 4) gaya bahasa; 5) penggunaan foto atau visual pendukung; 6) waktu publikasi; dan 7) bentuk penyajian berita pada *platform digital*. Indikator tersebut dipilih berdasarkan konsep jurnalistik media daring yang menekankan pentingnya aktualitas, keterbacaan, penyajian informasi yang menarik, serta pemanfaatan karakteristik multimedia dan kecepatan media digital



dalam menarik perhatian *audiens*. Pengamatan dilakukan dengan mencatat temuan secara sistematis dalam catatan observasi sehingga data yang diperoleh tidak hanya bergantung pada ingatan peneliti.

Wawancara dilakukan secara *semi*-terstruktur dan mendalam kepada *informan* yang telah ditentukan secara *purposive*. Wawancara bertujuan memperoleh informasi mengenai pertimbangan redaksi dalam menentukan isu, strategi penyusunan judul dan *lead*, penggunaan bahasa dan visual, penentuan waktu publikasi, serta cara redaksi mengevaluasi respons *audiens*. Pedoman wawancara disusun berdasarkan fokus dan indikator penelitian, tetapi tetap memberikan ruang kepada *informan* untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih luas. Wawancara dilakukan secara langsung selama periode penelitian dan hasilnya dicatat serta didokumentasikan untuk mendukung proses analisis data.

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan artikel berita yang dipublikasikan oleh Radar Bogor, tangkapan layar penyajian berita, serta data pendukung mengenai respons *audiens*, apabila data tersebut dapat diakses. Dokumentasi digunakan untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara. Indikator daya tarik berita digital meliputi jumlah pembaca, interaksi *audiens*, dan penyebaran berita, dengan mempertimbangkan ketersediaan data yang dapat diperoleh dari pihak redaksi. Indikator tersebut digunakan sebagai data pendukung untuk melihat respons *audiens* terhadap strategi jurnalistik yang diterapkan, bukan sebagai satu-satunya ukuran keberhasilan suatu berita. Dengan demikian, daya tarik berita dianalisis melalui keterkaitan antara karakteristik penyajian berita dan respons *audiens* yang terlihat dari data dokumentasi serta penjelasan pihak redaksi.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan mengacu pada model analisis data Miles, Huberman, dan Saldaña, yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi simpulan (Miles *et al.*, 2014). Pada tahap kondensasi data, peneliti menyeleksi, memfokuskan, dan mengelompokkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi berdasarkan tema penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif dan pengelompokan berdasarkan indikator strategi jurnalistik. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik simpulan mengenai bentuk strategi jurnalistik yang digunakan Radar Bogor dan keterkaitannya dengan daya tarik serta respons *audiens* terhadap berita digital. Simpulan diverifikasi secara berulang dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber data.

Keabsahan data dalam penelitian dijamin melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari *informan* yang memiliki posisi dan tanggung jawab berbeda dalam proses produksi berita. Sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penggunaan triangulasi bertujuan meningkatkan kredibilitas temuan penelitian dengan memastikan bahwa informasi yang diperoleh tidak hanya berasal dari satu metode atau satu sumber data (Sugiyono, 2022). Untuk meminimalkan bias penelitian akibat keterlibatan langsung peneliti dalam kegiatan magang, data hasil observasi diverifikasi melalui wawancara dan dokumentasi sebagai bentuk triangulasi data. Peneliti juga membedakan antara catatan faktual hasil pengamatan

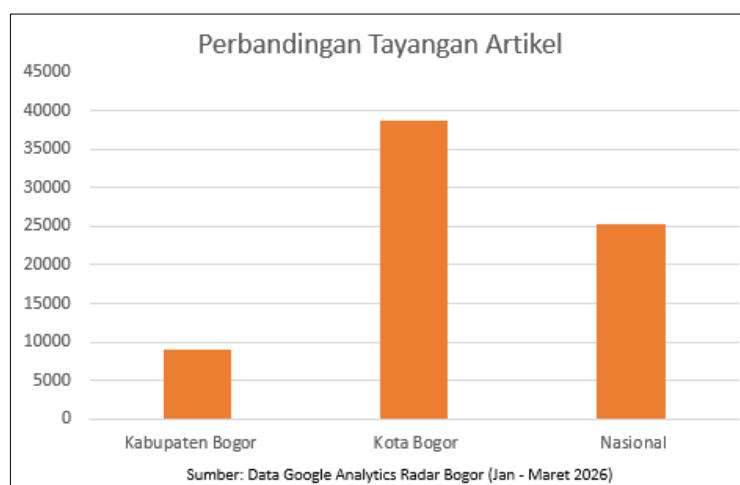


dan interpretasi pribadi selama proses pencatatan serta analisis data. Proses analisis dilakukan secara objektif berdasarkan data yang telah diverifikasi.

Keterlibatan peneliti dalam kegiatan magang berpotensi menimbulkan bias observasi, subjektivitas peneliti, dan konflik peran antara peneliti dan peserta magang. Oleh karena itu, peneliti berupaya menjaga posisi reflektif selama proses penelitian dengan tidak menjadikan pengalaman pribadi selama magang sebagai satu-satunya dasar dalam menarik simpulan. Data yang diperoleh selama keterlibatan langsung dalam aktivitas redaksi dibandingkan dengan hasil wawancara dan dokumentasi. Peneliti juga menggunakan pedoman observasi dan wawancara yang telah disusun berdasarkan fokus penelitian agar proses pengumpulan data tetap terarah dan konsisten. Langkah tersebut dilakukan untuk menjaga objektivitas relatif dan meningkatkan kredibilitas hasil penelitian. Dengan prosedur tersebut, penelitian memberikan gambaran yang sistematis mengenai strategi jurnalistik Radar Bogor dalam mempertahankan daya tarik berita digital, sekaligus menjelaskan bagaimana strategi tersebut berkaitan dengan respons *audiens* terhadap berita yang dipublikasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data *Google Analytics* periode Januari-Maret 2026, diperoleh jumlah tayangan artikel pada kategori Kabupaten Bogor, Kota Bogor, dan Nasional.

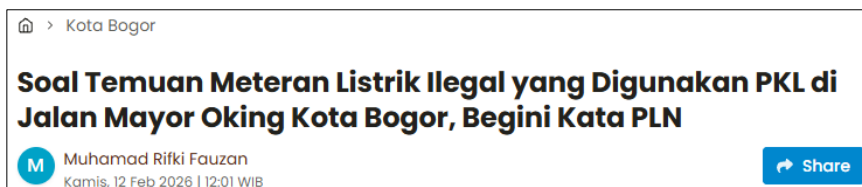


Gambar 1. Perbandingan Tayangan Artikel Tingkat Kabupaten, Kota, dan Nasional.

Gambar 1 menunjukkan bahwa kategori Kota Bogor memiliki jumlah tayangan tertinggi sebesar 38.783 *views*, diikuti oleh kategori Nasional sebesar 25.320 *views*, dan Kabupaten Bogor sebesar 9.069 *views*. Temuan ini menunjukkan bahwa berita dengan cakupan lokal perkotaan memiliki tingkat keterbacaan yang lebih tinggi dibandingkan berita nasional maupun kabupaten. Tingginya jumlah pembaca pada kategori Kota Bogor mengindikasikan bahwa *audiens* cenderung lebih tertarik pada informasi yang memiliki kedekatan geografis dan relevansi langsung dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini juga menunjukkan bahwa kedekatan isu dengan lingkungan tempat tinggal pembaca menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat dan perhatian *audiens* terhadap suatu berita.



Sebagai representasi artikel dengan tingkat keterbacaan tinggi, penelitian ini menampilkan salah satu artikel kategori Kota Bogor yang memperoleh jumlah tayangan tertinggi.



Gambar 2. Contoh Artikel Kategori Kota Bogor.

Artikel berjudul “Soal Temuan Meteran Listrik Ilegal yang Digunakan PKL di Jalan Mayor Oking Kota Bogor, Begini Kata PLN” menunjukkan penggunaan judul yang menonjolkan unsur kedekatan lokal melalui penyebutan lokasi spesifik, yaitu Kota Bogor. Judul juga memuat isu yang berkaitan langsung dengan kepentingan masyarakat dan menghadirkan pihak otoritatif, yaitu PLN, sehingga meningkatkan kredibilitas informasi. Penyusunan judul yang informatif dan kontekstual tersebut memudahkan pembaca memahami isi berita sekaligus menarik perhatian *audiens*.

Strategi Jurnalistik Radar Bogor dalam Menjaga Daya Tarik Berita Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radar Bogor menerapkan strategi jurnalistik digital yang adaptif untuk mempertahankan daya tarik berita di tengah perubahan perilaku *audiens* media *online*. Perubahan pola konsumsi informasi yang semakin mengutamakan kecepatan, relevansi, kemudahan akses, dan keterjangkauan informasi melalui mesin pencari mendorong redaksi untuk menyesuaikan proses produksi berita dengan karakteristik pembaca digital. Dalam konteks ini, daya tarik berita tidak hanya ditentukan oleh kualitas dan aktualitas informasi, tetapi juga oleh kemampuan redaksi dalam mengoptimalkan distribusi berita melalui ekosistem digital.

Strategi yang diterapkan Radar Bogor meliputi optimalisasi *Search Engine Optimization* (SEO), pemilihan isu lokal yang memiliki kedekatan dengan pembaca, penggunaan judul yang menarik, serta pemanfaatan visual sebagai pendukung berita. Keempat strategi tersebut saling berkaitan karena berita yang memiliki nilai informasi tinggi perlu dikemas dan didistribusikan dengan cara yang sesuai dengan kebiasaan *audiens* digital.

Optimalisasi SEO dalam Produksi Berita Digital

SEO menjadi salah satu strategi penting yang digunakan Radar Bogor untuk meningkatkan kemungkinan berita ditemukan oleh pembaca melalui mesin pencari. Berdasarkan hasil penelitian, redaksi memperhatikan penggunaan kata kunci yang berkaitan erat dengan lokasi dan isu yang diberitakan, seperti “Bogor”, “Pemkot Bogor”, serta nama tokoh, lembaga, maupun peristiwa yang sedang menjadi perhatian publik. Pemilihan kata kunci tersebut menunjukkan bahwa strategi SEO Radar Bogor tidak semata-mata berorientasi pada penggunaan kata yang memiliki volume pencarian tinggi, tetapi juga mempertimbangkan relevansi kata kunci dengan karakteristik pembaca dan fokus pemberitaan lokal. Strategi tersebut membantu meningkatkan peluang berita menjangkau pembaca.



Praktik jurnalistik digital memungkinkan kata kunci ditempatkan secara natural pada beberapa bagian berita, terutama judul, paragraf awal, subjudul, dan isi berita. Penggunaan kata kunci yang relevan membantu mesin pencari memahami topik utama sebuah artikel. Namun, penerapannya perlu tetap memperhatikan prinsip jurnalistik karena penggunaan kata kunci secara berlebihan dapat membuat judul atau isi berita menjadi tidak natural dan berpotensi mengurangi kenyamanan pembaca. Dengan demikian, SEO dalam konteks Radar Bogor dapat dipahami bukan sebagai pengganti kualitas jurnalistik, melainkan sebagai strategi untuk memperluas distribusi dan keterjangkauan berita yang telah diproduksi berdasarkan nilai-nilai jurnalistik.

Selain kata kunci, aspek teknis lain dalam SEO yang perlu diperhatikan adalah struktur URL, metadata, dan elemen pendukung halaman berita. URL yang ringkas dan merepresentasikan topik berita dapat membantu memberikan konteks mengenai isi halaman. Demikian pula, metadata seperti *meta title* dan *meta description* berperan dalam memberikan informasi kepada mesin pencari dan calon pembaca mengenai isi artikel. Apabila unsur-unsur tersebut dioptimalkan secara konsisten, SEO tidak hanya bekerja pada tingkat penulisan berita, tetapi juga pada tingkat teknis halaman digital.

Temuan tersebut memperlihatkan adanya perubahan dalam proses kerja jurnalistik. Wartawan dan redaksi tidak hanya dituntut untuk menemukan dan menulis berita, tetapi juga perlu memahami bagaimana berita tersebut dapat ditemukan kembali oleh *audiens* di tengah persaingan informasi yang sangat tinggi. Dengan demikian, kompetensi jurnalistik di media digital menjadi semakin bersifat multidimensional, yaitu menggabungkan kemampuan mencari informasi, menulis berita, memahami perilaku *audiens*, serta memahami mekanisme distribusi konten digital.

Pengaruh SEO terhadap Trafik dan Daya Tarik Berita

Penggunaan SEO memiliki hubungan dengan upaya meningkatkan trafik berita karena mesin pencari merupakan salah satu jalur yang memungkinkan pembaca menemukan berita tanpa harus mengakses halaman utama media secara langsung. Berita yang memiliki kata kunci sesuai dengan kebutuhan pencarian pembaca berpotensi memperoleh visibilitas yang lebih besar dan selanjutnya mendatangkan kunjungan ke laman berita.

Namun, hubungan antara SEO dan trafik tidak dapat dipahami secara sederhana sebagai hubungan sebab-akibat tunggal. Trafik berita juga dipengaruhi oleh aktualitas isu, tingkat kepentingan berita, popularitas tokoh atau peristiwa, kualitas judul, distribusi melalui media sosial, serta momentum pemberitaan. Oleh karena itu, SEO lebih tepat diposisikan sebagai salah satu instrumen untuk meningkatkan peluang keterlihatan berita, sedangkan tingginya trafik merupakan hasil interaksi berbagai strategi distribusi dan karakteristik berita.

Media Radar Bogor memiliki segmentasi *audiens* yang kuat di wilayah Bogor, sehingga pemilihan kata kunci lokal seperti “Bogor” dan “Pemkot Bogor” menjadi relevan. Strategi tersebut memungkinkan berita yang berkaitan dengan kebutuhan informasi lokal memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau pembaca yang memang mencari informasi mengenai wilayah tersebut. Hal ini memperlihatkan bahwa lokalitas tidak hanya menjadi nilai berita, tetapi juga dapat



menjadi strategi SEO. Dengan demikian, penggunaan kata kunci lokal dapat meningkatkan relevansi berita sekaligus memperkuat visibilitas Media Radar Bogor di mesin pencari.

Kendala dalam Penerapan SEO

Meskipun SEO menjadi bagian dari strategi distribusi berita digital, penerapannya tidak terlepas dari sejumlah kendala. Salah satunya adalah perubahan algoritma mesin pencari yang membuat strategi SEO harus terus disesuaikan. Teknik yang efektif pada satu periode belum tentu memberikan hasil yang sama pada periode berikutnya. Kondisi tersebut membuat redaksi perlu mengikuti perkembangan pola pencarian, perubahan algoritma, serta kecenderungan perilaku *audiens*.

Kendala lainnya adalah menjaga keseimbangan antara kepentingan SEO dan kepentingan jurnalistik. Berita yang terlalu berorientasi pada kata kunci dapat menghasilkan judul yang terasa dipaksakan atau kurang natural. Sebaliknya, berita yang hanya mempertimbangkan aspek jurnalistik tanpa memperhatikan mekanisme distribusi digital dapat memiliki keterbatasan dalam hal visibilitas. Oleh karena itu, tantangan bagi Radar Bogor adalah menemukan titik keseimbangan antara berita yang informatif, menarik, sesuai kaidah jurnalistik, sekaligus mudah ditemukan melalui mesin pencari.

Keterbatasan Sumber Daya Redaksi

Strategi digital juga menghadapi keterbatasan sumber daya. Transformasi dari pola kerja media konvensional menuju media digital menuntut redaksi untuk memiliki kemampuan yang lebih beragam. Selain menjalankan fungsi jurnalistik seperti mencari informasi, melakukan wawancara, verifikasi, dan menulis berita, kebutuhan media digital juga mencakup pemahaman terhadap SEO, analitik trafik, media sosial, visual, dan distribusi konten.

Keterbatasan jumlah personel, waktu produksi, serta kemampuan teknis dapat menjadi tantangan tersendiri. Dalam situasi media *online* yang menuntut kecepatan, redaksi harus menentukan prioritas antara kecepatan publikasi, kedalaman verifikasi, optimasi SEO, dan kualitas penyajian. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi jurnalistik digital tidak hanya berkaitan dengan pilihan teknik penulisan, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan organisasi media dalam mengelola sumber daya yang dimiliki.

Persaingan dengan Media Nasional dan Media Digital Lain

Radar Bogor juga menghadapi persaingan dengan media nasional maupun media digital lain yang memberitakan isu serupa. Media nasional memiliki sumber daya dan jangkauan *audiens* yang lebih besar sehingga dapat menjadi kompetitor dalam memperoleh perhatian pembaca dan trafik digital. Dalam kondisi tersebut, isu lokal menjadi salah satu keunggulan kompetitif Radar Bogor.

Kedekatan geografis memungkinkan Radar Bogor memberikan informasi yang lebih spesifik mengenai peristiwa, kebijakan pemerintah daerah, aktivitas masyarakat, serta persoalan yang terjadi di wilayah Bogor. Berita lokal memiliki nilai kedekatan (*proximity*) yang memungkinkan media daerah mempertahankan relevansinya meskipun harus bersaing dengan media nasional. Dengan demikian, strategi Radar Bogor tidak hanya bertumpu pada SEO, tetapi juga pada diferensiasi melalui kekuatan pemberitaan lokal.



Strategi tersebut menjadi penting karena SEO saja tidak cukup untuk mempertahankan daya tarik media. Ketika beberapa media menggunakan kata kunci yang sama dan memberitakan peristiwa yang sama, pembeda dapat berasal dari kecepatan memperoleh informasi, kedalaman liputan, sudut pandang, kelengkapan data, serta kedekatan media dengan sumber informasi lokal.

Tantangan Monetisasi Media Digital

Di samping persoalan trafik dan persaingan, keberlanjutan media digital juga berkaitan dengan tantangan monetisasi. Peningkatan jumlah pembaca atau trafik tidak selalu secara otomatis menghasilkan peningkatan pendapatan yang sebanding. Media digital perlu mengubah perhatian *audiens* menjadi nilai ekonomi melalui berbagai bentuk monetisasi, seperti iklan digital, kerja sama komersial, maupun bentuk pendapatan lainnya.

Kondisi ini menciptakan dilema tersendiri bagi media *online*. Di satu sisi, redaksi perlu menghasilkan berita yang informatif dan memenuhi kepentingan publik. Di sisi lain, media juga menghadapi kebutuhan untuk menghasilkan trafik yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis. Kondisi tersebut dapat mendorong perhatian terhadap berita yang memiliki potensi trafik tinggi. Namun, apabila terlalu berorientasi pada trafik, terdapat risiko bergesernya prioritas dari nilai jurnalistik menuju logika klik.

Karena itu, strategi mempertahankan daya tarik berita Radar Bogor perlu dipahami sebagai upaya menyeimbangkan nilai jurnalistik, kebutuhan *audiens*, strategi distribusi digital, dan kepentingan keberlanjutan ekonomi media. SEO berfungsi meningkatkan kemungkinan berita ditemukan, isu lokal mempertahankan relevansi, judul dan visual menarik perhatian, sementara pengelolaan sumber daya dan model monetisasi mendukung keberlangsungan proses produksi berita. Radar Bogor juga menekankan penggunaan judul yang menarik tanpa mengabaikan akurasi informasi. Redaksi menghindari praktik *clickbait* karena dinilai dapat menurunkan kepercayaan *audiens* dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa strategi jurnalistik yang diterapkan tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah klik, tetapi juga pada upaya menjaga kredibilitas media.

Kedekatan lokal menjadi strategi utama dalam mempertahankan daya tarik berita. Isu-isu seperti bantuan sosial, pelayanan publik, kenaikan harga kebutuhan pokok, hingga peristiwa lokal memiliki tingkat relevansi tinggi terhadap kehidupan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai kedekatan (*proximity*) masih menjadi faktor utama dalam menentukan minat pembaca pada media digital. Kondisi ini mengindikasikan bahwa media lokal memiliki keunggulan kompetitif dalam menyajikan informasi yang lebih kontekstual dan dekat dengan kebutuhan *audiens*.

Radar Bogor juga tetap mempertahankan prinsip verifikasi dan konfirmasi terhadap pihak terkait dalam proses pemberitaan. Meskipun media digital menuntut kecepatan publikasi, akurasi, dan keberimbangan informasi tetap menjadi bagian penting dalam proses produksi berita. Strategi ini mencerminkan upaya media lokal dalam menjaga kualitas jurnalistik di tengah persaingan media *online* yang semakin kompetitif.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Audah & Muslim (2023) yang menjelaskan bahwa media lokal perlu melakukan transformasi digital melalui



distribusi konten *multiplatform*, penyesuaian program dengan kebutuhan *audiens*, serta evaluasi berdasarkan respons pembaca agar tetap relevan di era media digital. Media lokal tidak hanya dituntut untuk cepat dalam menyampaikan informasi, tetapi juga mampu menyesuaikan strategi penyajian konten dengan karakteristik *audiens* digital. Hal tersebut memperkuat bahwa strategi yang diterapkan Radar Bogor sejalan dengan kebutuhan media lokal dalam menghadapi persaingan media *online*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa minat pembaca terhadap berita digital di Radar Bogor sangat dipengaruhi oleh relevansi informasi dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Pembaca cenderung memilih berita yang memberikan manfaat praktis, memiliki kedekatan emosional, serta berkaitan langsung dengan kondisi sosial dan ekonomi di lingkungan sekitar. Fenomena ini dapat dipahami melalui konsep nilai berita, khususnya aspek kedekatan, dampak, dan ketokohan. Kedekatan geografis dan sosial membuat berita lokal memiliki daya tarik yang lebih besar dibandingkan berita nasional yang tidak memiliki dampak langsung terhadap kehidupan pembaca. Keterlibatan tokoh publik seperti Gubernur Jawa Barat juga turut meningkatkan minat baca karena berkaitan dengan pengaruh kebijakan terhadap masyarakat. Fenomena ini dapat dipahami melalui konsep nilai berita, khususnya aspek kedekatan, dampak, dan ketokohan. Kedekatan geografis dan sosial membuat berita lokal memiliki daya tarik yang lebih besar dibandingkan berita nasional yang tidak memiliki dampak langsung terhadap kehidupan pembaca.

Radar Bogor memanfaatkan *Google Analytics* untuk mengindikasikan adanya pergeseran dalam praktik jurnalistik dengan pendekatan berbasis data (*data-driven journalism*). Melalui analisis terhadap trafik, durasi baca, dan interaksi pembaca, redaksi dapat mengidentifikasi pola konsumsi informasi dengan lebih akurat. Data ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan redaksional, baik dalam menentukan topik berita maupun strategi penulisan judul.

Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi artikel yang dianalisis, distribusi kategori berita dengan tingkat minat baca tertinggi menunjukkan bahwa berita peristiwa lokal menempati posisi tertinggi, diikuti oleh berita bansos dan pelayanan publik, tokoh publik, kuliner dan wisata, serta pendidikan dan kategori lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa pembaca lebih tertarik pada informasi yang memiliki nilai kedekatan dan manfaat langsung dibandingkan berita yang bersifat umum atau nasional. Temuan ini mengindikasikan bahwa pola konsumsi berita digital masyarakat cenderung bersifat selektif dan praktis. Pembaca tidak lagi hanya mencari informasi yang cepat, tetapi juga informasi yang relevan, terpercaya, dan memberikan solusi terhadap kebutuhan sehari-hari. Media lokal memiliki keunggulan dalam hal ini karena mampu menghadirkan berita yang lebih dekat dengan realitas sosial masyarakat setempat. Jenkins & Nielsen (2020) menyatakan bahwa pemilihan isu yang dekat dengan masyarakat, penulisan judul yang menarik, serta kecepatan publikasi menjadi strategi utama media lokal dalam mempertahankan jumlah pembaca. Hal tersebut menunjukkan bahwa kedekatan isu lokal dan penyajian berita yang menarik menjadi faktor penting dalam menjaga loyalitas *audiens* media *online*.

Proses produksi berita digital di Radar Bogor mengalami penyesuaian signifikan dibandingkan dengan pola kerja media cetak konvensional. Kecepatan



penyampaian informasi menjadi tuntutan utama dalam media daring, sehingga alur kerja redaksi dirancang lebih sederhana, cepat, dan efisien tanpa mengabaikan prinsip akurasi dan keseimbangan informasi. Proses produksi berita diawali dengan peliputan lapangan maupun riset awal berdasarkan isu yang sedang berkembang. Hasil liputan kemudian dikirimkan kepada redaktur melalui grup redaksi untuk proses seleksi, penyuntingan, dan penyesuaian gaya penulisan sebelum dipublikasikan ke situs *web*. Setelah berita tayang, distribusi dilakukan melalui media sosial resmi seperti *Instagram* dan *Facebook* untuk memperluas jangkauan *audiens*. Pola kerja ini menunjukkan adanya integrasi antara proses jurnalistik dan strategi distribusi digital.

Beberapa kasus tertentu, terutama berita yang berasal dari media sosial atau isu yang sedang viral, membuat redaksi terlebih dahulu menyusun berita awal berdasarkan informasi yang telah beredar. Selanjutnya, wartawan melakukan verifikasi lapangan guna memperkuat fakta dan memperluas sudut pandang pemberitaan. Langkah ini dilakukan untuk menjaga keseimbangan antara kecepatan publikasi dan akurasi informasi, mengingat pembaca digital sangat sensitif terhadap kesalahan informasi. Evaluasi performa berita menjadi bagian penting dalam strategi jurnalistik Radar Bogor. Redaksi secara rutin memantau jumlah pembaca melalui *Google Analytics* untuk mengetahui berita dengan trafik tertinggi. Data tersebut digunakan sebagai dasar dalam menentukan topik lanjutan, pola penulisan judul, hingga waktu publikasi yang dianggap paling efektif. Interaksi pembaca melalui komentar dan media sosial juga menjadi bahan evaluasi terhadap respons *audiens*.

Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan media digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memproduksi berita secara cepat, tetapi juga oleh kemampuan redaksi dalam membaca perilaku *audiens*. Berdasarkan hasil analisis *Google Analytics*, kategori berita lokal memperoleh jumlah tayangan sekitar 1,5 kali lebih tinggi dibandingkan dengan berita nasional. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kedekatan geografis menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat pembaca dalam mengakses berita. Dengan demikian, evaluasi berbasis data tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengukur performa konten, tetapi juga dapat menjadi dasar bagi redaksi dalam menentukan prioritas dan strategi pemberitaan. Tingginya konsumsi berita lokal mengindikasikan adanya kebutuhan *audiens* terhadap informasi yang memiliki keterkaitan langsung dengan lingkungan sosial dan geografis mereka.

Temuan ini sejalan dengan pandangan Puspitasari & Wulandari (2024) bahwa media *online* perlu memanfaatkan teknologi digital untuk mempercepat produksi dan distribusi berita dengan tetap mempertahankan standar jurnalistik dan kredibilitas informasi. Pemanfaatan data *audiens* memungkinkan organisasi media memahami pola konsumsi berita dan menyesuaikan konten dengan karakteristik pembacanya (Bodó, 2019; Lamot & Paulussen, 2020). Dalam konteks ini, strategi berbasis data menjadi penting karena keputusan redaksional tidak hanya didasarkan pada intuisi, tetapi juga pada bukti mengenai jenis berita yang paling banyak menarik perhatian *audiens*.

Hal tersebut juga memperkuat pentingnya penerapan analitik digital dalam pengelolaan media, terutama dalam mengidentifikasi preferensi pembaca,



mengevaluasi kinerja konten, dan mengoptimalkan distribusi berita (Hagar & Diakopoulos, 2019; Tandoc & Ferrucci, 2017). Dengan demikian, hasil penelitian memperlihatkan bahwa kedekatan isu dengan kehidupan pembaca dan pemanfaatan data perilaku *audiens* merupakan dua aspek penting yang dapat mendukung strategi pemberitaan media digital agar lebih relevan, terarah, dan responsif terhadap kebutuhan khalayak.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi jurnalistik yang diterapkan oleh Radar Bogor dalam mempertahankan daya tarik berita digital berfokus pada penyesuaian dengan karakteristik perilaku *audiens* media daring, seperti kebutuhan akan informasi yang cepat, ringkas, relevan, dan mudah diakses. Strategi utama meliputi optimalisasi SEO, pemilihan isu lokal yang dekat dengan kehidupan masyarakat, penulisan judul yang menarik namun tetap akurat, penggunaan visual, serta penentuan sudut pandang yang menekankan akurasi dan keberimbangan melalui proses verifikasi. Pendekatan berbasis data dengan pemanfaatan *Google Analytics* memungkinkan redaksi untuk memahami pola konsumsi pembaca secara *real-time* dan menyesuaikan strategi pemberitaan agar tetap relevan dan efektif.

Media lokal seperti Radar Bogor juga memiliki keunggulan kompetitif dalam menghadirkan konten yang kontekstual dan fungsional sesuai kebutuhan pembaca, sehingga mampu mempertahankan loyalitas *audiens* di tengah persaingan media digital yang ketat. Proses produksi berita yang efisien dan evaluasi berkelanjutan menjadi kunci keberhasilan dalam menjaga kualitas jurnalistik sekaligus memenuhi tuntutan kecepatan publikasi di era media *online*.

SARAN

Radar Bogor disarankan untuk terus mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dan data *analytics*, seperti *Google Analytics*, guna memahami perilaku dan preferensi *audiens* sehingga strategi pemberitaan dapat lebih responsif dan relevan. Peningkatan kompetensi jurnalis juga perlu dilakukan, terutama dalam aspek verifikasi, akurasi, keberimbangan, dan etika jurnalistik. Redaksi juga perlu melakukan monitoring dan evaluasi secara rutin terhadap kinerja konten dan respons *audiens* sebagai dasar untuk meningkatkan kualitas serta mengembangkan inovasi dalam penyajian berita.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini. Terima kasih khususnya kepada lembaga dan individu yang telah menyediakan fasilitas, waktu, dan sumber daya sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar. Terima kasih juga ditujukan kepada seluruh anggota redaksi Radar Bogor yang telah memberikan kesempatan dan informasi berharga selama proses magang dan pengumpulan data.

DAFTAR RUJUKAN

Aeni, M. R., Florina, I. D., & Muyassaroh, I. S. (2023). Literasi Media Mahasiswa Ilmu Komunikasi UPS Tegal Mengenai *Hoax* Virus Covid-19 di *Social*



- Networking* Berdasarkan ICF. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 1(2), 239-252. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i2.3159>
- Asmarantika, R. A., Prestianta, A. M., & Evita, N. (2022). Pola Konsumsi Media Digital dan Berita Online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 34-44. <https://doi.org/10.25139/jkm.v6i1>
- Audah, H. F. (2023). Strategi Media Televisi Lokal Bandung TV dalam Menghadapi Era Disrupsi Digital. *Disertasi*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Bodó, B. (2019). Selling News to Audiences-A Qualitative Inquiry into the Emerging Logics of Algorithmic News Personalization in European Quality News Media. *Digital Journalism*, 7(8), 1054-1075. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1624185>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th Ed.)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Deti, W. O. D., & Matondang, M. A. (2024). Pola Konsumsi Berita dalam Era Digital : Perbandingan Preferensi Generasi Z terhadap Sumber Berita Tradisional dan Modern. *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 8(2), 225-235. <https://doi.org/10.32332/tapis.v8i2.9454>
- Fadila, R. N., Rahma, M. A., Trisnawati, T., Astuti, H. F. W., & Ahmad, R. H. (2024). *Media, Komunikasi, dan Jurnalistik di Era Digital: Teori, Praktik, dan Tantangan Masa Depan*. Banjarnegara: PT. Penerbit Qriset Indonesia.
- Hagar, N., & Diakopoulos, N. (2019). Optimizing Content with A/B Headline Testing: Changing Newsroom Practices. *Media and Communication*, 7(1), 117-127. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i1.1801>
- Haque, M. M., Yousuf, M., Alam, A. S., Saha, P., Ahmed, S. I., & Hassan, N. (2020). Combating Misinformation in Bangladesh: Roles and Responsibilities as Perceived by Journalists, Fact-checkers, and Users. In *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* (pp. 1-32). New York, Amerika Serikat: The Association for Computing Machinery.
- Hijriani, H., & Nur, M. N. A. (2024). Kebebasan Pers, Tanggung Jawab dan Etika Jurnalistik dalam Lingkungan Media Online yang Kompetitif. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 6(2), 301-314. <https://doi.org/10.14710/jphi.v6i2.301-314>
- Jenkins, J., & Nielsen, R. K. (2020). Proximity, Public Service, and Popularity: A Comparative Study of How Local Journalists View Quality News. *Journalism Studies*, 21(2), 236-253. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1636704>
- Karunianingsih, D. A. (2021). Konvergensi Media pada Podcast Radar Jogja Digital dalam Publikasi Berita dan Perluasan Segmentasi Audiens. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(1), 61-80. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3528>
- Lahagu, J., & Wijaya, A. S. (2025). The Role of Radar Bogor Journalists in Delivering News and Digital Promotion through Local Online Media. *Momentum Matrix: International Journal of Communication, Tourism, and*



-
- Social Economic Trends*, 2(4), 28-38.
<https://doi.org/10.62951/momat.v2i4.516>
- Lamot, K., & Paulussen, S. (2020). Six Uses of Analytics: Digital Editors' Perceptions of Audience Analytics in the Newsroom. *Journalism Practice*, 14(3), 358-373. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1617043>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd Ed.)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Nugroho, A., & Simangunsong, B. A. (2024). Strategi Konvergensi Media dalam Konten Hiburan ANTV. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 94-114. <https://doi.org/10.14710/interaksi.13.1.94-114>
- Puspitasari, A. D., & Wulandari, E. R. (2024). Proses Produksi Berita dalam Konvergensi Jurnalistik di *Website Suarasurabaya.net*. *DIGICOM: Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(2), 146-151. <https://doi.org/10.37826/digicom.v4i2.815>
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2025). Retrieved June 1, 2026, from Digital News Report 2025. Interactwebsite: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>
- Rinaldi, R., Lestari, Y., & Arifuddin, M. T. (2025). Between Idealism and Survival: Negotiating Professional Journalism in Local Media Organizations. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 9(2), 136-146. <https://doi.org/10.25077/rk.9.2.136-146.2025>
- Sugiyono, S. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syafira, A. F. (2025). Pemanfaatan *Instagram Reels* sebagai Media Delivery Berita Daring: Studi Deskriptif pada Akun *Instagram @radar_bogor*. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Tandoc, E. C., Jr., & Ferrucci, P. R. (2017). Giving in or Giving Up: What Makes Journalists Use Audience Feedback in Their News Work? *Computers in Human Behavior*, 68, 149-156. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.027>
- Zellatiffanny, C. M. (2020). Trends in Disseminating Audio on Demand Content through Podcast: An Opportunity and Challenge in Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 5(2), 191-207. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050202>