

## Inovasi Konten Video Berita Di Harian Bhirawa Dalam Transformasi Media Cetak Ke Platform Media Youtube

<sup>1</sup>Farhan Ilham Fadillah, <sup>2</sup>Moch. Alief Chaerobbi, <sup>3</sup>Moh. Dey Prayogo  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[farhanilham04@gmail.com](mailto:farhanilham04@gmail.com)

### Abstrak

Transformasi media dari cetak ke digital telah menjadi kebutuhan di era perkembangan teknologi informasi yang pesat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi konten video berita di Harian Bhirawa dalam menghadapi tantangan transformasi digital, khususnya melalui pemanfaatan platform YouTube. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harian Bhirawa berhasil mengembangkan strategi konten video berita yang meliputi perencanaan, produksi, distribusi, dan evaluasi berbasis platform YouTube. Inovasi ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan audiens, meningkatkan interaksi, dan mempertahankan eksistensi media di tengah persaingan digital. Namun, tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia dan persaingan dengan kanal berita lain masih perlu diatasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi digital melalui YouTube merupakan langkah strategis bagi Harian Bhirawa untuk tetap relevan di era digital, dengan rekomendasi peningkatan kapasitas SDM dan pengembangan konten yang lebih beragam.

**Kata Kunci:** inovasi konten, video berita, transformasi digital, YouTube, Harian Bhirawa

### Abstract

*The shift from print to digital media has become a must in today's fast-growing information technology era. This study aims to look into how Harian Bhirawa is innovating its news video content to face the challenges of digital transformation, especially by using YouTube. The research uses a descriptive qualitative method, collecting data through in-depth interviews and literature review. The results show that Harian Bhirawa has successfully developed a video news content strategy that includes planning, production, distribution, and evaluation based on the YouTube platform. This innovation has proven effective in reaching a wider audience, boosting interaction, and keeping the media relevant amid tough digital competition. However, challenges like limited human resources and competition from other news channels still need to be tackled. The study concludes that digital transformation through YouTube is a smart move for Harian Bhirawa to stay relevant in the digital age, with recommendations to improve staff skills and create more varied content.*

**Keywords:** content innovation, news video, digital transformation, YouTube, Harian Bhirawa

### Pendahuluan

Di era digital ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengalami pertumbuhan yang massif, khususnya peningkatan penggunaan media internet. Dengan semakin berkembangnya internet, maka akan semakin berkembang juga media digital sebagai wadah dalam menyampaikan sebuah informasi. Dalam menyampaikan atau menyebarkan informasi kini memanfaatkan beragam metode, seperti media sosial. Pertumbuhan yang sangat pesat dalam media penyampaian atau menyebarkan informasi yang tidak lagi bergantung pada media tradisional.

Kemampuan media digital ini memudahkan masyarakat menerima informasi dengan lebih cepat. Era digital menurut (Prasanti, 2016) diartikan sebagai masa dimana sebagian besar masyarakat menggunakan sistem digital dalam kehidupan sehari-hari. Pemanfaatan media audio visual telah menjadi salah satu metode yang efektif dalam meningkatkan penyampaian informasi, khususnya dalam penyebaran berita. Salah satu platform yang sangat potensial untuk dimanfaatkan adalah YouTube. Pada awalnya, YouTube dirancang sebagai platform untuk berbagi video pribadi dan tidak memiliki batasan waktu atau genre tertentu. Namun, seiring berjalannya waktu, YouTube berkembang menjadi lebih dari sekadar tempat berbagi video (Muliansyah & Rahmayanti, 2019).

Menurut (Fitria, 2024), Sebagai salah satu situs berbagi video terbesar di dunia, YouTube menawarkan berbagai macam konten yang dapat diakses secara gratis, termasuk video-video informatif dan edukatif yang dapat mendukung minat pembaca berita. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya peran internet dan media sosial, telah membawa perubahan yang cukup signifikan dalam pola konsumsi berita masyarakat. Di era digital saat ini, masyarakat lebih cenderung mengakses informasi melalui platform digital seperti YouTube dibandingkan media cetak tradisional. Kondisi ini membuat media cetak untuk melakukan transformasi agar tetap relevan dan dapat dijangkau dengan lebih luas. Transformasi ini tidak hanya sekadar memindahkan konten cetak ke format digital, tetapi juga melibatkan inovasi dalam penyajian berita yang disesuaikan dengan karakteristik platform video digital.

Oleh sebab itu, media Youtube dimanfaatkan oleh Harian Bhirawa sebagai media komunikasi pemasaran digital. YouTube merupakan salah satu platform media sosial terpopuler di Indonesia yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video dengan mudah. Hal ini selaras dengan temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kharisna, 2021), bahwa penyebaran informasi melalui Youtube sangat efektif karena media portal berbagi video terbesar ini banyak digunakan masyarakat dalam mencari informasi. Sebagai sumber informasi yang kaya dan interaktif, YouTube tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat pendidikan dan promosi, mendorong kreativitas dan keterampilan baru di kalangan masyarakat (Tukiyat, 2024). Platform ini telah mengubah cara orang Indonesia mengonsumsi konten, dengan banyak pengguna beralih dari televisi tradisional ke YouTube untuk mendapatkan informasi dan hiburan.

Harian Bhirawa adalah salah satu dari sedikit surat kabar lokal di Jawa Timur yang berhasil bertahan dalam bisnisnya baru-baru ini. Persaingan yang ketat membuat sulit mempertahankan posisi dominan di media cetak yang merupakan media massa yang vital. Harian Bhirawa yang berslogan "Mata Rakyat Mitra Birokrat", memutuskan untuk menjalankan bagian tersebut khususnya di lingkungan pemerintahan. Harian Bhirawa, yang didirikannya dengan pilihan pasar yang berbeda, mengikuti filosofi editorial yang berbeda dari media massa lainnya. Kebijakan yang menonjol Editorial di Harian Bhirawa salah satunya adalah pembaca dibagi menjadi beberapa kelompok, salah satunya adalah kalangan pemerintah (Salim, 2007).

Tidak diragukan lagi, mempertahankan fungsionalitas media cetak yang sudah lama ada adalah tugas yang menantang. Namun, ada bentuk inovasi yang terlibat dalam proses kinerja. Mungkin pada awalnya fokus utamanya adalah pada media cetak, khususnya koran, namun kini cakupannya diperluas hingga mencakup platform media sosial, seperti Youtube Bhirawa TV Channel. Harian Bhirawa adalah salah satu media cetak yang menghadapi tantangan tersebut dengan mengadopsi inovasi konten video berita melalui platform YouTube sebagai bagian dari strategi transformasi digitalnya dan tidak lagi bergantung pada media tradisional.

Harian Bhirawa memanfaatkan YouTube untuk menyajikan konten video yang lebih mendalam, seperti wawancara mendalam, laporan investigasi, dan dokumentasi berita, sehingga memungkinkan interaksi yang lebih intens dengan penonton. Pendekatan ini juga didukung oleh pemanfaatan teknologi modern dan kerja redaksi yang terintegrasi, sehingga menjaga konsistensi dan kualitas konten antara media cetak dan digital.

Hal ini menarik untuk diteliti, karena latar belakang harian bhirawa yang merupakan berasal dari media cetak memanfaatkan media digital sebagai bentuk inovasi dalam menyampaikan informasi. Mempertahankan fungsionalitas media cetak adalah suatu tantangan, namun inovasi di era digital yang massif adalah bentuk junjungan tinggi dalam menyampaikan informasi yang terpercaya dan tepat kepada masyarakat. Menurut (Puntoadi, 2011), menyakini media sosial adalah aktivitas yang dilakukan dua arah dalam berkomunikasi untuk pertukaran informasi maupun kolaborasi dan saling berkenalan dengan tulisan, visual, maupun audio visual, antara lain yaitu Youtube yaitu *Bhirawa TV Channel* dan situs web Harian Bhirawa.

## Metode Penelitian

Metodologi Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam proses Inovasi konten Harian Bhirawa dari media cetak ke media digital, khususnya melalui pemanfaatan platform YouTube sebagai media komunikasi pemasaran digital dan penyampaian informasi. Metode kualitatif dapat membantu peneliti untuk menggambarkan sebuah kejadian secara sistematis, faktual, dan akurat terkait objek dan subjek penelitian yang peneliti akan teliti (Lexy, 2002). Fokus utama penelitian ini adalah Harian Bhirawa, yang terletak di Jalan Indragiri 71-73 di Surabaya. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2025, dengan penekanan pada “Inovasi Konten Video Berita Di Harian Bhirawa Dalam Transformasi Media Cetak ke Platform Media Youtube”.

Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam pada pembimbing magang kami yaitu Bapak Wawan Triyanto S.E dengan melakukan diskusi agar dapat mengetahui masalahnya. Metode penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi inovasi Harian Bhirawa dalam memanfaatkan media digital, khususnya YouTube, sebagai upaya mempertahankan eksistensi dan meningkatkan efektivitas penyampaian informasi di era digital.

## Hasil dan Pembahasan

Setalah kami memilih melakukan wawancara secara insentif dikarenakan terdapat beberapa pernyataan narasumber yang berbentuk privasi menjadi rahasia media cetak Harian Bhirawa ini, selain itu cara ini cukup efesien dalam pemecahan masalah yang berbasis subyektif maupun obyektif. Dalam tahapan pertama identifikasi masalah, kami melakukan suatu diskusi dengan pembimbing mitra Bapak Wawan Triyanto, S.E. Dengan diskusi tersebut Harian Bhirawa mempunyai akun media sosial youtube nya dan situs website Harian Bhirawa. Dalam memberikan kontennya, Harian Bhirawa kurang dalam inovasi konten, karena keterbatasan sumber daya manusia. Maka dari itu kepala serta pimpinan redaksi bahkan

jajaran penting telah merancang gagasan baru tentang era digital ini dalam penunjang Harian Bhirawa, terutama pada penerapan Inovasi konten Youtube dalam penggunaan media sosial Youtube.

Inovasi konten video berita di Harian Bhirawa merupakan respon terhadap tantangan digitalisasi yang terus berkembang, sekaligus bentuk adaptasi atas perubahan pola konsumsi informasi masyarakat. Transformasi ini dilakukan secara bertahap, terstruktur, dan berorientasi pada kualitas serta relevansi konten terhadap kebutuhan audiens digital, khususnya generasi muda dan komunitas pemerintahan yang menjadi segmentasi utama Harian Bhirawa.

Tahapan awal inovasi dimulai dari perumusan strategi konten yang melibatkan tim redaksi dan tim produksi multimedia. Dalam tahap ini, Harian Bhirawa menyusun format berita yang cocok untuk YouTube—yakni berita pendek (short news) berdurasi 1–3 menit dan berita mendalam (in-depth news) berdurasi 5–10 menit. Penyusunan naskah berita tetap mengacu pada prinsip jurnalistik seperti 5W+1H dan etika pemberitaan.

Proses produksi berita di Bhirawa TV Channel (YouTube) dilakukan dengan pendekatan multimedia storytelling. Liputan berita yang awalnya hanya ditulis dalam format cetak kini dikembangkan dalam bentuk visual dan audio-visual, serta dilengkapi dengan elemen grafis dan transisi visual yang menarik untuk menjaga engagement audiens. Setiap berita yang akan dipublikasikan melalui Bhirawa TV Channel diawali dengan pembuatan script video berdasarkan berita cetak. Selanjutnya dilakukan pengambilan gambar (shooting) di lokasi kejadian atau lapangan sesuai dengan kebutuhan berita. Setelah itu, dilakukan rekaman suara narator atau reporter untuk memperkuat narasi dalam video. Tahap akhir dari proses ini adalah penyuntingan (editing) menggunakan aplikasi perangkat lunak sederhana seperti CapCut dan Canva, sehingga menghasilkan konten berita yang informatif, menarik, dan mudah diakses oleh audiens di platform YouTube. Distribusi dan Interaksi Digital.

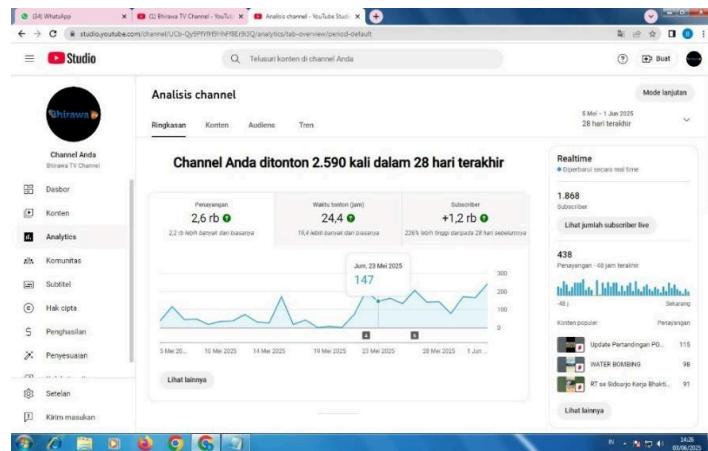
Setelah proses produksi selesai, konten diunggah ke platform YouTube, dan disebarluaskan melalui akun media sosial resmi seperti Instagram dan WhatsApp. Strategi cross-platform promotion ini bertujuan meningkatkan jangkauan dan visibilitas konten. Selain itu, tim digital aktif memantau komentar, jumlah penayangan (views), dan tingkat interaksi penonton (engagement) sebagai bagian dari evaluasi berkala.

Evaluasi dilakukan secara bulanan untuk meninjau performa konten, baik dari sisi kualitas produksi maupun respons audiens. Tim Harian Bhirawa menggunakan metrik seperti watch time, click-through rate (CTR), dan subscriber growth sebagai indikator efektivitas konten. Masukan dari audiens digunakan untuk merancang topik-topik berita yang lebih menarik dan relevan ke depannya.

Tantangan yang dihadapi Harian Bhirawa dalam mengembangkan Konten Youtube yang ber-inovasi yaitu di karenakan terbatasnya sumber daya manusia yang menangani kanal YouTube menyebabkan beban kerja yang tinggi pada tim redaksi dan produksi, sehingga dengan adanya mahasiswa magang ini dapat mempengaruhi kualitas dan kuantitas konten yang dapat diproduksi secara berkelanjutan. Sehingga Harian Bhirawa harus bersaing dengan banyak kanal berita dan media digital lain yang juga aktif di YouTube. Oleh karena itu Harian Bhirawa menuntut inovasi konten dan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif agar tetap relevan dan menarik bagi audiens. Harian Bhirawa perlu terus berinovasi dalam konten dan strategi pemasaran digital agar tetap relevan dan menarik bagi audiens yang semakin dinamis dan selektif.

Inovasi konten Harian Bhirawa dari media cetak ke platform digital, khususnya YouTube, telah menunjukkan sejumlah pencapaian penting dalam inovasi konten video berita. Kanal YouTube Harian Bhirawa (Bhirawa TV) kini menghadirkan beragam konten, mulai dari berita terkini, wawancara mendalam, laporan lapangan, hingga konten inovasi edukatif. Hal ini terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens yang lebih luas, sekaligus memperkuat citra Harian Bhirawa sebagai sumber informasi yang kredibel di era digital saat ini. *“Jadi Transformasi Media Cetak ke Digital bukan berarti kita meninggalkan media cetak, media cetak itu tetep ada tapi kita mengembangkan ke digital”*.

Transformasi digital yang dilakukan Harian Bhirawa berhasil memperluas jangkauan audiens, tidak hanya terbatas pada pembaca setia media cetak, tetapi juga merambah ke masyarakat digital yang lebih muda dan aktif di media sosial. Selain itu, langkah ini turut memperkuat citra Harian Bhirawa sebagai sumber informasi yang kredibel di era digital. Melalui pemanfaatan fitur komentar dan analytics digital, Harian Bhirawa juga mampu meningkatkan engagement serta interaksi dengan audiens. Lebih jauh, penggunaan YouTube terbukti efektif sebagai platform promosi diri sekaligus meningkatkan visibilitas Harian Bhirawa di tengah ketatnya persaingan media digital saat ini. Melalui YouTube, Harian Bhirawa mampu memperluas jangkauan pembaca, tidak hanya di kalangan pembaca setia media cetak, tetapi juga masyarakat digital yang lebih muda dan aktif di media sosial. Platform ini diharapkan efektif untuk promosi diri dan meningkatkan visibilitas Harian Bhirawa di tengah persaingan media digital.



Sumber akun Youtube Bhirawa TV

Dilihat dari peningkatan keterlibatan audiens dan interaksi dalam bentuk komentar, likes, dan shares pada video yang diunggah. Data YouTube Analytics Harian Bhirawa menunjukkan adanya peningkatan rata-rata penonton dan durasi tonton pada bulan Mei 2025 setelah inovasi konten dan strategi digital public relations diterapkan. Konten yang bersifat informatif, mendalam, dan relevan dengan isu terkini mendapatkan respons positif.

## Penutup

Inovasi konten video berita di platform YouTube Harian Bhirawa merupakan langkah adaptif terhadap perkembangan era digital dan perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat. Meskipun Harian Bhirawa menghadapi keterbatasan sumber daya manusia, keterlibatan mahasiswa magang mampu memberikan kontribusi positif dalam mendukung keberlangsungan produksi konten dan dalam pengembangan konten video di YouTube Harian Bhirawa. Hal itu menjadi strategi cerdas untuk memperluas audiens dan membangun citra positif Harian Bhirawa. Melalui optimalisasi konten video yang menarik dan berbeda dari media lain, Harian Bhirawa mampu meningkatkan visibilitas dan eksistensinya di tengah persaingan media yang semakin dinamis. Dengan demikian, inovasi konten video berita di platform YouTube merupakan langkah strategis yang efektif dalam mendukung keberlangsungan jurnalisme Harian Bhirawa di era digital, sekaligus menjadi contoh adaptasi media cetak terhadap tren konsumsi berita digital yang terus berkembang.

Untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, khususnya di bidang produksi video dan manajemen media sosial, melalui pelatihan internal serta perekrutan tenaga ahli. Selain itu, perlu dikembangkan konten-konten digital yang tidak hanya berfokus pada berita, tetapi juga mencakup konten edukatif dan interaktif guna menarik lebih banyak audiens. Evaluasi performa konten di platform YouTube juga sebaiknya dilakukan secara rutin dan berbasis data, agar strategi pengembangan konten dapat dilakukan dengan lebih tepat sasaran.

## Daftar Pustaka

Fitria, \*, Widiastuti, D., Widiastuti, F. D., & Fauziya, D. S. (2024). Pemanfaatan Media Audio Visual Youtube Untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Berita Pada Pembelajaran Indonesia. *Bahasa Dan Budaya*, 3(3), 27–43. <https://doi.org/10.55606/jpbb.v3i3.3784>

Kharisna, D. (2021). PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI SARANA MENYEBARLUASKAN BERITA (STUDI PADA CHANNEL iNEWS ACEH). *Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*.

Lexy, J. M. (2002). Metodologi penelitian kualitatif. *Bandung: Remaja Rosdakarya*, 160.

Muliansyah, D., & Rahmayanti, R. (2019). Peranan Kualitas Website dan Aplikasi Youtube sebagai Media Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Mempengaruhi Pergeseran Perilaku Konsumen. *Journal of Information Technology*, 1(2), 63–68.

Prasanti, D. (2016). Perubahan media komunikasi dalam pola komunikasi keluarga di era digital. *Jurnal Commed*, 1(1).

Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Elex Media Komputindo.

Salim, A. (2007). Pedoman Redaksional dan Kode Etik Wartawan (ke-1). *Harian Bhirawa*.

Tukiyat, T., Makhsun, M., & Hindasyah, A. (2024). Membangun Kreativitas Melalui Pelatihan Media Sosial Youtube Bagi Pengurus Anak Cabang Gerakan Pemuda Ansor Kecamatan Setu Kota Tangerang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 1314–1321. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.297>