

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

¹ Farhan Ilham Fadillah, ²Novan Andrianto, ³Widiyatmo Ekoputro

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

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.

Keyword: 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 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.

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

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. Perencanaan dan Strategi Konten 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. Produksi Konten 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.

Penutup

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.

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