



Konvergensi Media Tribun Jatim : Strategi Transformasi Konten Dan Ekspansi Audiens

Arya Pratama ¹⁾; Julyanto Ekantoro ²⁾; Tira Fitriawardhani ³⁾

^{1,2)} Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Bhayangkara Surabaya

Email: ¹⁾ aryapratama1912@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [06 Mei 2026]

Revised [22 Juni 2026]

Accepted [26 Juni 2026]

KEYWORDS

Audience Expansion, Content Transformation, Digital Journalism, Media Convergence, Multiplatform.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Era disrupsi digital memicu perubahan drastis dalam perilaku konsumsi media masyarakat, yang ditandai dengan penurunan signifikan pada sirkulasi media cetak secara nasional. Guna merespons fenomena tersebut, perusahaan media konvensional dituntut untuk melakukan langkah adaptasi strategis agar dapat mempertahankan relevansinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis implementasi konvergensi media pada Tribun Jatim, dengan fokus mendalam pada tiga dimensi utama: penyelarasan struktur organisasi redaksi, transformasi format konten berita, serta mekanisasi pola distribusi multiplatform. Pendekatan deskriptif kualitatif diterapkan dalam penelitian ini melalui metode observasi partisipatif, wawancara mendalam bersama jajaran manajemen editorial online serta tim media sosial Tribun Jatim, dan analisis studi kepustakaan. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa Tribun Jatim telah mengintegrasikan proses konvergensi secara menyeluruh. Di tingkat manajemen organisasi, dilakukan restrukturisasi ruang redaksi (newsroom) yang melahirkan peran-peran baru yang spesifik seperti Social Media Specialist, Creative Content, dan Journalism Multimedia, serta menerapkan sistem koordinasi yang real-time dan dinamis. Dari segi operasional konten, berita konvensional berbasis teks dan foto ditransformasikan menjadi beragam format multimedia (audio-visual) yang adaptif terhadap karakteristik unik dari setiap platform digital seperti Instagram, YouTube, Facebook, Twitter/X, dan web portal. Strategi perluasan segmentasi khalayak dioptimalkan melalui pemanfaatan data analitik nyata (reach, engagement rate, shares) untuk memetakan preferensi demografis dan menyasar khalayak ekor panjang (long tail audience), khususnya Gen Z dan Milenial. Secara teoretis, proses ini merefleksikan model budaya konvergensi dan mediamorfosis yang secara efektif mampu menjaga eksistensi serta nilai jurnalisme lokal sekaligus memperluas jangkauan pembaca di era digital.

ABSTRACT

The era of digital disruption has triggered a drastic shift in public media consumption behavior, characterized by a significant decline in print media circulation nationwide. To respond to this phenomenon, conventional media companies are compelled to undertake strategic adaptation measures to maintain their relevance. This study aims to explore and analyze the implementation of media convergence at Tribun Jatim, focusing deeply on three primary dimensions: organizational restructuring of the editorial department, transformation of news content formats, and the mechanization of multiplatform distribution patterns. A qualitative descriptive approach was applied in this study through participatory observation, in-depth interviews with the online editorial management and social media teams of Tribun Jatim, and literature review analysis. The research findings reveal that Tribun Jatim has integrated the convergence process comprehensively. At the organizational management level, newsroom restructuring has taken place, giving rise to specific new roles such as Social Media Specialist, Creative Content, and Multimedia Journalism, alongside the implementation of a real-time and dynamic coordination system. In terms of content operations, conventional text-and-photo-based news is transformed into various multimedia (audio-visual) formats adaptive to the unique characteristics of each digital platform, including Instagram, YouTube, Facebook, Twitter/X, and the web portal. The strategy for expanding audience segmentation is optimized through the utilization of actual analytical data (reach, engagement rate, shares) to map demographic preferences and target the long tail audience, specifically Gen Z and Millennials. Theoretically, this process reflects the models of convergence culture and mediamorphosis, which effectively preserve the existence and value of local journalism while expanding reader reach in the digital age.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan akselerasi arus digitalisasi telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai lini kehidupan masyarakat modern. Salah satu sektor yang paling terdampak oleh disrupsi ini adalah industri media massa. Kehadiran internet menawarkan alternatif saluran informasi yang mengutamakan kecepatan, kepraktisan, dan aksesibilitas tanpa batas, yang

pada gilirannya menggeser preferensi khalayak dari media cetak konvensional menuju platform digital. Fenomena transisi konsumsi media ini tidak hanya mengubah cara masyarakat menerima berita, melainkan juga menempatkan perusahaan media cetak tradisional pada situasi krisis eksistensial jika tidak segera melakukan transformasi operasional (Mutiarra 2019).

Secara historis, media cetak berupa surat kabar pernah menjadi primadona dan pilar utama pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Indonesia. Berdasarkan data statistik, pada periode tahun 2002 hingga 2006, sirkulasi surat kabar nasional sempat menyentuh angka lebih dari 17 juta eksemplar, dan mencapai puncaknya pada tahun 2013 dengan total cetakan sebesar 22,43 juta eksemplar. Namun, kejayaan tersebut mengalami penurunan tajam dalam kurun waktu berikutnya. Pada tahun 2017, oplah koran merosot hingga di bawah 16 juta eksemplar, dibarengi dengan tingkat konsumsi personal yang menyusut ke angka 20 persen, berbanding terbalik dari tahun 2013 yang masih bertahan di angka 28 persen (Printing, Trends, and Technology n.d.).

Gambar 1. Tren Pembaca Koran Indonesia (2020 – 2026)



Sumber : Badan Pusat Statistik, Statistik Sosial Budaya Indonesia 2024

Tren penurunan ini terus memburuk secara signifikan dari tahun ke tahun. Sebagai gambaran nyata, total tiras media cetak nasional yang pada tahun 2021 masih tercatat sebesar 7,5 juta eksemplar, merosot drastis menjadi 5,0 juta pada 2022, lalu sisa 3,8 juta pada 2023, jatuh ke angka 2,9 juta pada 2024, dan diproyeksikan hanya menyisakan 2,2 juta pada 2025 serta 1,7 juta pada tahun 2026 (Rumata 2017). Dalam rentang waktu lima tahun saja, terjadi penurunan volume produksi media cetak hingga mendekati 77 persen. Dampak sistemik dari kemerosotan tiras ini juga terlihat dari berkurangnya jumlah penerbitan koran harian, surat kabar mingguan, majalah, dan tabloid secara massal.

Gambar 2. Grafik Pengguna Internet di Indonesia (2017 – 2018)



Sumber : Data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)



LANDASAN TEORI

Konvergensi Media dan Budaya Konvergensi

Konvergensi media bukan sekadar fenomena pergeseran teknologi atau bergabungnya berbagai platform media, melainkan sebuah pergeseran paradigma budaya yang memengaruhi bagaimana konten diproduksi dan dikonsumsi. Jenkins (2006) menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses mengalirnya konten di berbagai platform media, kerja sama antara beberapa industri media, dan perilaku migrasi audiens yang aktif mencari pengalaman hiburan serta informasi baru. Dalam konteks industri pers lokal, konvergensi menjadi tuntutan mutlak untuk mempertahankan eksistensi di tengah disrupsi digital (Sc 2023).

Lebih lanjut, Dailey, Demo, dan Spillman (2005) mengenalkan model *The Convergence Continuum* untuk mengukur derajat integrasi media. Model ini membagi proses konvergensi ke dalam lima tahapan strategis, yaitu promosi silang (*cross-promotion*), pengklonan (*cloning*), kompetisi dalam kerja sama (*coopetition*), berbagai konten (*content sharing*), hingga konvergensi penuh (*full convergence*). Bagi media regional, penerapan konvergensi ini memaksa organisasi untuk merombak struktur ruang redaksi (*newsroom*) konvensional menjadi ruang redaksi multimedia yang dinamis dan terintegrasi (Ningrum and Adiprasetyo 2021).

Transformasi Konten dan Jurnalisme Multimedia

Transformasi konten dalam ekosistem konvergensi menuntut perubahan radikal pada cara berita dikemas dan didistribusikan. Deuze (2004) menjelaskan bahwa jurnalisme multimedia dalam era digital ditandai oleh dua karakteristik utama: kedekatan (*interactivity*) dan keberagaman format konten (*multimediality*). Transformasi konten tidak lagi sekadar memindahkan teks dari media cetak ke media digital (*cloning*), melainkan melakukan pengemasan ulang (*repurposing content*) agar sesuai dengan karakteristik unik dari masing-masing platform media sosial dan web (Rhoads n.d.).

Dalam proses produksi konten modern, konsep *multiskilling* atau jurnalisme multimedia mengharuskan praktisi media memiliki kemampuan kerja holistik (Pavlik, 2001). Seorang jurnalis tidak hanya dituntut cakap dalam memproduksi berita berbasis teks, namun juga adaptif dalam memproduksi audio, visual, hingga format video pendek yang ramah algoritma media sosial. Strategi transformasi konten ini krusial untuk menjaga relevansi informasi pers di tengah banjir informasi (*information overload*) di ruang digital (Iskandar and Suryawati 2024).

Ekspansi Audiens dan Jurnalisme Hiperlokal

Pergeseran karakteristik dari audiens pasif menjadi audiens aktif mendorong media lokal untuk merumuskan ulang strategi ekspansinya. Melalui pendekatan budaya partisipatif (*participatory culture*), Jenkins (2006) menekankan bahwa audiens era digital bertindak sebagai konsumen sekaligus produsen konten (*prosumer*). Oleh karena itu, ekspansi audiens tidak lagi diukur hanya berdasarkan jumlah oplah atau rating, melainkan melalui tingkat keterikatan (*audience engagement*) di berbagai kanal digital.

Untuk menjangkau pasar yang lebih luas namun tetap mempertahankan akar pemirsanya, media regional memanfaatkan strategi jurnalisme hiperlokal (*hyperlocal journalism*). Menurut Radcliffe (2012), jurnalisme hiperlokal berfokus pada isu-isu komunitas yang sangat spesifik dan berskala geografis mikro, namun didistribusikan melalui jaringan digital global. Strategi ini memungkinkan media lokal memperluas jangkauan geografis pembacanya (ekspansi audiens) melampaui batas administratif daerah asal, dengan mengandalkan kedekatan emosional dan aktualitas informasi yang disajikan (Jati 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran secara mendalam, sistematis, dan kontekstual mengenai fenomena penerapan konvergensi media, transformasi konten, dan strategi perluasan audiens yang dilaksanakan oleh Tribun Jatim di era disrupsi digital tahun 2026. Fokus kajian diarahkan pada pemahaman mengenai mekanisme internal ruang redaksi, kebijakan editorial lintas platform, serta pemanfaatan data analitik dalam pengambilan keputusan kreatif.

Lokasi penelitian bertempat di Kantor Redaksi Tribun Jatim yang beralamat di Jalan Raya Kendangsari No. 63, Kendangsari, Kecamatan Tenggilis Mejoyo, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristik Tribun Jatim sebagai salah satu representasi media lokal dengan jaringan digital terluas dan intensitas transformasi multiplatform yang tinggi di wilayah Jawa Timur.

Sumber data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui subjek penelitian yang bertindak sebagai informan. Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yang terdiri atas: 1) Informan Kunci (*Key Informant*), yaitu Pemimpin Redaksi (*Chief Editor*) Tribun Jatim yang memegang otorisasi penuh terhadap kebijakan makro strategi konvergensi media; 2) Informan Utama, yaitu *Editorial Online Manager* Tribun Jatim yang mengontrol teknis produksi serta regulasi konten, serta perwakilan Tim Media Sosial Tribun Jatim yang mengelola pengunggahan dan distribusi konten pada platform digital, sindikat jurnalis multimedia dan staf kreatif juga dilibatkan untuk memperkaya data. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi berupa grafik tren tiras, data pertumbuhan pengguna internet, catatan metrik analitik media sosial internal, serta studi kepustakaan dari buku dan jurnal ilmiah yang relevan.

Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi melalui tiga metode utama. Pertama, observasi partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung dalam aktivitas harian di ruang redaksi melalui program magang kerja pada Divisi Bisnis Tribun Jatim, sehingga dapat mengamati secara langsung alur kerja dari penulisan berita oleh reporter lapangan hingga proses *remake* konten oleh tim media sosial. Kedua, wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang terstruktur dan fleksibel bersama para informan guna mengeksplorasi strategi, hambatan, dan rasionalisasi di balik transformasi format konten berita. Ketiga, studi dokumentasi untuk mengumpulkan bukti visual berupa tangkapan layar ragam konten multiplatform dan laporan kinerja digital digital. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tahapan reduksi data (pemilihan dan penyederhanaan data mentah), penyajian data (*display data* dalam bentuk naratif deskriptif dan tabel), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Konvergensi Media di Tribun Jatim

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tribun Jatim telah mengimplementasikan strategi konvergensi media secara menyeluruh dan integratif yang mencakup tiga aspek operasional utama, yaitu koordinasi organisasi, transformasi format konten, dan diversifikasi distribusi multiplatform. Pada aspek koordinasi organisasi, Tribun Jatim melakukan restrukturisasi internal dengan melebur sekat-sekat pembatas tradisional antara divisi cetak dan digital, membentuk apa yang dikenal sebagai *integrated newsroom*. Restrukturisasi ini melahirkan pos jabatan baru yang krusial seperti *Social Media Specialist*, *Creative Content*, dan *Journalism Multimedia* yang bertugas khusus untuk mengawal sirkulasi informasi di ranah daring. Sistem koordinasi yang diterapkan bersifat *real-time* dan dinamis, di mana reporter di lapangan mengirimkan data berita mentah melalui sistem komunikasi digital terintegrasi (seperti aplikasi bucket internal, mailing list redaksi, dan grup koordinasi WhatsApp). Data tersebut kemudian diproses secara simultan: tim redaksi web menerbitkan artikel teks, sementara tim media sosial melakukan *remake* konten ke dalam berbagai format audio-visual secara cepat, akurat, dan efisien.

Pada aspek transformasi konten dan distribusi, Tribun Jatim tidak lagi mengandalkan teks dan foto statis sebagai komoditas utama, melainkan melakukan rekayasa kemasan berita (*platform-specific storytelling*) yang disesuaikan dengan karakteristik unik dari masing-masing platform media digital yang dikelolanya. Berikut adalah rincian bentuk transformasi konten berita multiplatform pada Tribun Jatim di tahun 2026:

- a. Platform Instagram : Konten berita ditransformasikan menjadi produk visual bergerak yang dinamis dan estetis, terutama dalam bentuk *motion graphics* dan *reels video* vertikal dengan durasi berkisar antara 1 hingga 3 menit. Langkah ini didukung oleh konsistensi pengunggahan harian dan pembaruan desain templat secara berkala guna menjaga ketertarikan visual khalayak. Gaya bahasa dan penyuntingan dikemas secara kasual namun tetap informatif, yang secara khusus ditargetkan untuk menasar kelompok demografi muda (*Gen Z* dan *Milenial*) pada rentang usia 18 hingga 34 tahun.
- b. Platform YouTube : Tribun Jatim memanfaatkan platform ini sebagai saluran utama distribusi berita berbasis video panjang maupun pendek. Transformasi konten diwujudkan melalui dua format utama, yaitu *Video on Demand (VOD)* untuk liputan berita mendalam dan dokumenter, serta *YouTube Shorts* untuk ringkasan berita sela yang cepat. Melalui strategi pengelolaan konten audio-visual yang konsisten, saluran YouTube Tribun Jatim berhasil membangun basis khalayak



- yang sangat luas, dengan capaian jumlah pelanggan (subscribers) menembus angka 3,35 juta pada tahun 2026.
- c. Platform Facebook : Saluran ini dioptimalkan untuk menjangkau kelompok khalayak usia dewasa hingga matang (rentang usia 30 sampai 45 tahun). Karakteristik khalayak Facebook yang menyukai interaksi komunitas direspons dengan menyajikan variasi format konten yang sangat beragam, meliputi gambar statis informatif, video pendek (Facebook *Reels* berdurasi 1,5 hingga 3,5 menit), dan *Video on Demand* (VOD) berformat lanskap yang dilengkapi dengan bingkai teks (*frame text*) penjelas serta sulih suara (*voice-over*) untuk memudahkan pemahaman. Selain itu, fitur live streaming digunakan secara intensif oleh reporter di lapangan untuk meliput peristiwa besar atau *breaking news* secara langsung dari lokasi kejadian, sementara fitur share link digunakan secara taktis untuk mengarahkan lalu lintas (*traffic*) audiens kembali ke situs web portal utama.
 - d. Platform Twitter/X dan TikTok: Kedua platform ini mencerminkan dinamika dan hambatan kontemporer dalam pengelolaan media digital. Pada platform Twitter/X, transformasi konten dilakukan melalui mekanisme pembagian tautan (share link) yang bersumber langsung dari portal berita resmi, dilengkapi dengan takarir (caption) ringkas yang padat informasi. Sepanjang tahun 2026, aktivitas di platform Twitter/X dan TikTok sempat mengalami penurunan intensitas akibat adanya kendala pelanggaran pedoman komunitas, di mana akun resmi Tribun Jatim mengalami insiden *pe-report*-an oleh pihak Tiktok. Namun, pada pertengahan tahun 2026, akun Twitter/X telah berhasil dipulihkan secara penuh untuk melanjutkan aktivitas distribusi. Sementara untuk platform TikTok, pihak manajemen sedang berada dalam fase pemulihan aset (*recovery*) dan mempersiapkan cetak biru strategi baru yang mencakup pembagian tim kerja khusus, pembuatan templat bingkai video baru, serta penyesuaian gaya penyuntingan yang lebih interaktif guna merebut kembali pangsa pasar audiens muda.
 - e. Portal Web Resmi dan Aplikasi Tribun-X: Situs web resmi bertindak sebagai fondasi utama dan hulu dari seluruh ekosistem informasi digital Tribun Jatim. Artikel berita berbasis teks-foto diproduksi dan diterbitkan terlebih dahulu oleh tim redaksi online (hulu), sebelum akhirnya diolah kembali oleh tim media sosial (hilir) menjadi produk multimedia. Di samping itu, pengembangan aplikasi Tribun-X diarahkan sebagai pusat integrasi interaksi pembaca untuk memperkuat keterikatan khalayak (audience engagement) secara mandiri tanpa ketergantungan mutlak pada platform pihak ketiga.

Strategi Perluasan Audiens Berbasis Data Analitik

Dalam upaya memperluas jangkauan pembaca di tengah persaingan media digital yang ketat, Tribun Jatim menerapkan kerangka strategis *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP) yang diintegrasikan dengan pemanfaatan data analitik riil. Langkah ini menandai pergeseran besar dari model media tradisional yang memandang audiens sebagai massa homogen, menjadi pendekatan berbasis audiens spesifik (*segmented audience*). Tim media sosial Tribun Jatim secara rutin memantau metrik performa digital seperti *reach* (jangkauan), *engagement rate* (tingkat interaksi), dan *share* (jumlah bagikan) melalui dashboard analitik setiap platform. Data kualitatif dan kuantitatif tersebut menjadi dasar bagi editor untuk menentukan topik berita yang akan diangkat, format kemasan yang dipilih, serta waktu penayangan yang paling optimal bagi setiap segmen khalayak.

Melalui pendekatan ini, Tribun Jatim berhasil melakukan ekspansi untuk menjangkau kelompok khalayak ekor panjang (*long tail audience*), yang mencakup Generasi Z, Milenial, hingga persiapan penetrasi ke Generasi Alpha di Jawa Timur. Strategi perluasan ini diperkuat oleh optimalisasi fitur-fitur organik media sosial, seperti penggunaan tagar (hashtag) yang relevan dan sedang tren untuk meningkatkan keterbacaan algoritma, serta pemanfaatan fitur kolaborasi (*collaborative posts*) di Instagram guna melipatgandakan jangkauan konten secara lintas akun. Selain itu, interaksi di kolom komentar dikelola secara aktif oleh tim redaksi untuk menjaring masukan khalayak, yang sering kali ditindaklanjuti sebagai bahan rujukan atau ide mentah untuk memproduksi berita baru.

Perspektif Budaya Konvergensi (Henry Jenkins)

Fenomena transformasi operasional pada Tribun Jatim dapat dibedah secara komprehensif melalui Teori Budaya Konvergensi yang dicetuskan oleh Henry Jenkins. Konvergensi dalam konteks ini tidak dipahami secara sempit sebagai proses teknologi, melainkan hubungan timbal balik yang melibatkan tiga dimensi utama: konvergensi teknologi, konvergensi budaya, dan konvergensi ekonomi. Pertama, konvergensi teknologi terwujud dari kapabilitas Tribun Jatim dalam melakukan distribusi konten lintas platform (*multiplatform distribution*), di mana satu peristiwa berita tunggal dapat dikembangkan dan dikemas ke dalam enam format multimedia yang berbeda sesuai dengan

karakteristik teknis wadahnya. Kedua, konvergensi budaya terefleksi dari terbentuknya integrated newsroom yang melahirkan budaya kerja baru yang kolaboratif dan adaptif, menghilangkan ego sektoral antardivisi, serta mendorong munculnya budaya partisipatif (participatory culture) di mana audiens ikut serta memberikan umpan balik dan membagikan konten secara sukarela. Ketiga, konvergensi ekonomi terlihat dari diversifikasi model monetisasi yang dilakukan perusahaan. Tribun Jatim mengombinasikan pendapatan dari AdSense video (YouTube dan Facebook), monetisasi lalu lintas kunjungan web portal, serta kerja sama periklanan manual (native advertising/endorsement) pada platform yang belum mendukung monetisasi iklan terprogram langsung seperti Instagram. Hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menyeimbangkan idealisme jurnalistik dengan keberlanjutan bisnis di era digital.

Perspektif Mediamorfosis (Roger Fidler)

Selanjutnya, Teori Mediamorfosis yang dikembangkan oleh Roger Fidler memberikan pijakan teoretis yang kuat untuk menjelaskan bahwa kehadiran media baru tidak serta-merta mematikan media lama, melainkan memaksa media lama untuk beradaptasi dan berevolusi guna bertahan hidup. Implementasi prinsip-prinsip mediamorfosis pada Tribun Jatim teridentifikasi dalam lima poin dinamika lapangan. Pertama, prinsip koevolusi dan koeksistensi (coevolution and coexistence), yang dibuktikan dari fakta lapangan bahwa surat kabar cetak (Harian Surya/Tribun Jatim) tetap eksis dan beroperasi berdampingan dengan platform digital, meskipun secara volume tiras cetak mengalami penurunan drastis akibat tekanan eksternal. Kedua, prinsip metamorfosis (metamorphosis), yang ditunjukkan secara jelas melalui perubahan bentuk fisik penyajian berita dari format artikel teks-foto konvensional bertransformasi menjadi produk multimedia interaktif seperti motion graphics, reels, shorts, dan tayangan live streaming. Ketiga, prinsip propagasi (propagation), di mana setiap format konten digital baru yang diproduksi oleh tim media sosial tetap mewarisi dan membawa 'DNA' serta esensi dasar dari jurnalisme media cetak tradisional, yaitu kewajiban mematuhi kode etik jurnalistik, melakukan verifikasi berlapis, menjaga akurasi, dan mempertahankan objektivitas informasi. Keempat, prinsip bertahan hidup (survival), yang diwujudkan melalui strategi penajaman fokus konten pada segmen lokal atau wilayah khusus (hyperlocal niche) se-Jawa Timur, sehingga memiliki nilai keunikan tinggi yang tidak mudah digantikan oleh media skala nasional. Kelima, prinsip adopsi tertunda (delayed adoption), yang tercermin dari dinamika pemulihan akun digital pascainsiden peretasan siber pada TikTok dan Twitter/X, di mana adopsi penuh dan optimalisasi platform memerlukan waktu pembelajaran teknologi dan penyusunan ulang strategi taktis operasional.

Faktor Pendukung dan Penghambat Konvergensi

Aktivitas penerapan konvergensi media di Tribun Jatim dipengaruhi oleh interaksi faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor pendukung utama yang diidentifikasi meliputi kepemilikan portofolio aset digital yang kuat dan variatif, reputasi merek yang telah terpercaya di masyarakat Jawa Timur, serta kesiapan sumber daya manusia (SDM) muda yang kreatif, adaptif, dan memiliki kompetensi tinggi dalam penguasaan perangkat lunak penyuntingan multimedia serta literasi data digital. Di sisi lain, faktor penghambat yang menjadi tantangan kontemporer terbesar adalah masalah keamanan siber (cyber security). Dinamika ancaman digital seperti tindakan peretasan akun oleh pihak tidak bertanggung jawab, fenomena mass reporting oleh kelompok netizen tertentu yang dapat memicu penangguhan akun secara sepihak (banned) oleh sistem algoritma platform global, serta perubahan kebijakan algoritma media sosial yang dinamis menjadi variabel penghambat eksternal yang berada di luar kendali penuh manajemen perusahaan, sehingga menuntut tingkat kewaspadaan teknis yang tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Penelitian ini menunjukkan bahwasanya penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) pada Instagram Orlena menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat citra merek sekaligus meningkatkan minat beli konsumen. Seluruh elemen IMC diterapkan secara terpadu, mulai dari personal selling, advertising, sales promotion, direct marketing, word of mouth, events and experiences, interactive marketing, hingga public relations. Interaksi langsung melalui DM, WhatsApp, dan komentar membangun kedekatan emosional yang mendorong loyalitas, sementara periklanan digital melalui Instagram Ads, Facebook Ads, dan YouTube Shorts terbukti mampu menjangkau audiens lebih luas dan memperkuat brand awareness. Promosi penjualan seperti giveaway serta kegiatan *events and experiences* seperti partisipasi bazar



turut memperluas eksposur merek meskipun efektivitasnya bervariasi tergantung kesesuaian dengan target pasar.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwasanya konsistensi dan integrasi dalam penerapan IMC berperan penting dalam menciptakan komunikasi yang relevan, interaktif, dan adaptif terhadap perkembangan digital. Ulasan positif konsumen di *Google Review* menjadi bukti nyata bahwasanya strategi komunikasi yang dijalankan Orlena bukan hanya meningkatkan engagement, tetapi juga membangun kepercayaan publik. Dengan demikian, penerapan IMC tidak hanya berdampak pada peningkatan minat beli, tetapi juga membentuk loyalitas dan hubungan jangka panjang antara Orlena dan konsumennya, sehingga mampu menjaga daya saing di tengah industri kuliner yang semakin kompetitif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Orlena disarankan untuk terus memperkuat konsistensi konten digital yang dipublikasikan melalui Instagram maupun media sosial lain dengan memanfaatkan data analitik untuk memahami preferensi audiens. Konten promosi sebaiknya dipadukan dengan storytelling, edukasi, serta interaksi langsung agar tercipta kedekatan emosional dengan konsumen. Strategi promosi penjualan seperti giveaway atau bundling perlu lebih selektif dalam pemilihan mitra kolaborasi sehingga audiens yang diperoleh lebih sesuai dengan target pasar, tidak hanya menambah engagement sesaat tetapi juga berkontribusi pada peningkatan penjualan. Selain itu, partisipasi dalam event atau bazar perlu direncanakan dengan riset audiens yang matang agar hasilnya lebih efektif dalam menjangkau konsumen potensial.

Selain penguatan strategi digital dan event, Orlena juga perlu menjaga kualitas pelayanan baik secara offline di outlet maupun online melalui komunikasi di media sosial. SOP komunikasi yang menekankan empati, personalisasi, dan konsistensi bahasa sebaiknya dipertahankan dan dikembangkan, misalnya melalui pelatihan berkala bagi admin maupun staf yang berhubungan langsung dengan konsumen. Dengan mempertahankan pelayanan yang ramah serta interaksi yang responsif, Orlena dapat memperkuat citra positif dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan bagi UMKM lain yang ingin mengoptimalkan IMC berbasis media sosial. Sementara itu, penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan pendekatan kuantitatif agar diperoleh gambaran lebih menyeluruh mengenai efektivitas IMC terhadap peningkatan minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Iskandar, Dudi, and Indah Suryawati. 2024. "Exploring Journalism Convergence : A Qualitative Analysis on Journalism Convergence in Media Group Network and Mahaka Media." 17(2): 228–45.
- Jati, Rocky Prasetyo. 2023. "EXPLORING THE POTENTIAL OF HYPERLOCAL MEDIA : BENEFITS , CHALLENGES , AND FUTURE DIRECTIONS." 2(2): 475–80.
- Mutiara, F. 2019. "Digital Disruption in Print Media : Challenges of Convergence and Business Models." 308(Insyma): 206–9.
- Ningrum, Afiaty Fajriyah, and Justito Adiprasetyo. 2021. "Cirebon Radio : Adaptasi Jurnalisme Penyiaran Lokal Di Era Konvergensi." 04(November 2020). doi:10.24198/jkj.v4i2.27825.
- Printing, Indonesian, Industry Trends, and Current Technology. "And Future Development." : 46–56.
- Rhoads, Jonathan. "A Look Back and a Blueprint for Mobile Journalism in the Era of Mobile Media."
- Rumata, Vience Mutiara. 2017. "DIGITALISASI DAN EKSISTENSI MEDIA CETAK (STUDI KUALITATIF MAJALAH GO GIRL DAN HARIAN SUARA PEMBAHARUAN)."
- Sc, Louis M. 2023. "The Imperatives of Media Convergence." 9(1): 11–23. doi:10.56201/rjmcit.v9.no1.2023.pg11.23.
- Iskandar, Dudi, and Indah Suryawati. 2024. "Exploring Journalism Convergence : A Qualitative Analysis on Journalism Convergence in Media Group Network and Mahaka Media." 17(2): 228–45.
- Jati, Rocky Prasetyo. 2023. "EXPLORING THE POTENTIAL OF HYPERLOCAL MEDIA : BENEFITS , CHALLENGES , AND FUTURE DIRECTIONS." 2(2): 475–80.
- Mutiara, F. 2019. "Digital Disruption in Print Media : Challenges of Convergence and Business Models." 308(Insyma): 206–9.
- Ningrum, Afiaty Fajriyah, and Justito Adiprasetyo. 2021. "Cirebon Radio : Adaptasi Jurnalisme

- Penyiaran Lokal Di Era Konvergensi." 04(November 2020). doi:10.24198/jkj.v4i2.27825. Printing, Indonesian, Industry Trends, and Current Technology. "And Future Development." : 46–56.
- Rhoads, Jonathan. "A Look Back and a Blueprint for Mobile Journalism in the Era of Mobile Media."
- Rumata, Vience Mutiara. 2017. "DIGITALISASI DAN EKSISTENSI MEDIA CETAK (STUDI KUALITATIF MAJALAH GO GIRL DAN HARIAN SUARA PEMBAHARUAN)."
- Sc, Louis M. 2023. "The Imperatives of Media Convergence." 9(1): 11–23. doi:10.56201/rjmcit.v9.no1.2023.pg11.23.
- Iskandar, Dudi, and Indah Suryawati. 2024. "Exploring Journalism Convergence : A Qualitative Analysis on Journalism Convergence in Media Group Network and Mahaka Media." 17(2): 228–45.
- Jati, Rocky Prasetyo. 2023. "EXPLORING THE POTENTIAL OF HYPERLOCAL MEDIA : BENEFITS , CHALLENGES , AND FUTURE DIRECTIONS." 2(2): 475–80.
- Mutiara, F. 2019. "Digital Disruption in Print Media : Challenges of Convergence and Business Models." 308(Insyma): 206–9.
- Ningrum, Afiaty Fajriyah, and Justito Adiprasetyo. 2021. "Cirebon Radio : Adaptasi Jurnalisme Penyiaran Lokal Di Era Konvergensi." 04(November 2020). doi:10.24198/jkj.v4i2.27825. Printing, Indonesian, Industry Trends, and Current Technology. "And Future Development." : 46–56.
- Rhoads, Jonathan. "A Look Back and a Blueprint for Mobile Journalism in the Era of Mobile Media."
- Rumata, Vience Mutiara. 2017. "DIGITALISASI DAN EKSISTENSI MEDIA CETAK (STUDI KUALITATIF MAJALAH GO GIRL DAN HARIAN SUARA PEMBAHARUAN)."
- Sc, Louis M. 2023. "The Imperatives of Media Convergence." 9(1): 11–23. doi:10.56201/rjmcit.v9.no1.2023.pg11.23.