

PELUANG DAN TANTANGAN *NEWS ON YOUTUBE* PADA MEDIA KOMPAS TV RIAU

¹Nur Asiska, ²Mustafa

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: nurasiska02@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuat media konvensional kini beralih ke media digital. Untuk mempertahankan eksistensinya, media mulai mempersiapkan diri akibat dari adanya konvergensi media, sehingga media konvensional perlu beradaptasi melalui platform media digital yang populer salah satunya *youtube*. Oleh karena itu media saat ini harus memanfaatkan berbagai peluang penggunaan media digital dan menghadapi berbagai tantangannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peluang dan tantangan *news on youtube* di Indonesia khususnya di media Kompas TV Riau. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, data dikumpulkan dengan cara wawancara langsung, dokumentasi, dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah Kompas TV Riau memanfaatkan peluang dengan menggunakan media digital dan media sosial untuk menyebarkan berita dan informasi. Adapun peluang yang dimanfaatkan ialah lingkungan media digital yang semakin meningkat, waktu, periklanan digital, pemasaran digital dan sumber pendapatan digital lainnya. Selain itu tantangan yang dihadapi oleh Kompas TV Riau ialah jaringan internet, SDM (sumber daya manusia), konten, periklanan digital, pemasaran digital dan organisasi media berita baru yang bermunculan.

Kata kunci: Konvergensi media, News, Youtube

ABSTRACT

Technological developments are making conventional media moves to digital media. To hold its existence, media began to prepare themselves as the effect of the convergence of the media, so conventional media needs to adapt through the famous digital media platform like YouTube. Therefore, today's media must take advantage of various opportunities to use digital media and face various challenges. This research aimed to see the opportunities and challenges of YouTube news in Indonesia, especially on Kompas TV Riau). The research method was qualitative descriptive, and the data was collected by direct interview, documentation, and observation. The result of this research was Kompas TV Riau utilized the opportunities by using digital media and social media to expand the news and information. The opportunities used were increasingly digital media environment, time, digital advertising, digital marketing, and other digital income sources. Besides that, the challenges that Kompas TV Riau faced was the internet network, human resources, content, advertising digital, marketing digital, and new news media organizations emerging.

Keywords: Media Convergence, News, YouTube

Pendahuluan

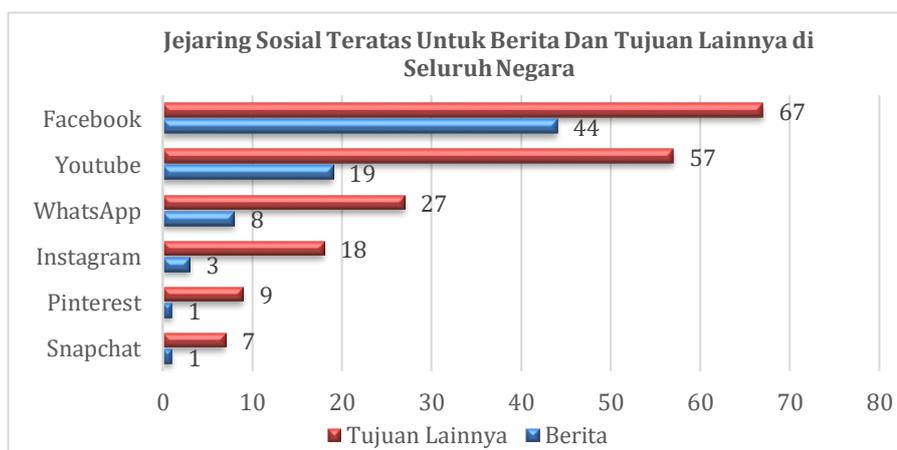
Di era digitalisasi seperti saat ini, lingkungan media terus mengalami perkembangan yang cukup signifikan terutama dalam hal penggunaan perangkat digital. Perkembangan yang

semakin maju dan menawarkan banyak kemudahan mampu membuat media bertransisi kearah yang lebih modern dan fleksibel. Perkembangan teknologi yang semakin pesat itu juga merambah ke industri media. Akhir-akhir ini media digital kini menjadi media yang begitu populer dan seringkali digunakan. Bahkan beberapa media memperkirakan media cetak saat ini bakal tergusur dengan adanya teknologi media yang berbasis digital.(Lawa, 2020)

Digitalisasi mampu meningkatkan penggunaan internet yang tinggi. Karena lebih dari separuh waktu yang dihabiskan dengan media seperti radio, televisi dan koran kini beralih ke media digital. Hal ini disebabkan karena media digital memberikan kemudahan bagi para pengguna internet untuk mengakses banyak informasi dari banyaknya sumber yang tersedia. Sehingga dapat meningkatkan peluang seseorang untuk menggunakan beragam sumber tersebut dan menghadapi berbagai perspektif yang berbeda.(Lawa, 2020) Salah satu dampak yang ditimbulkan dari perkembangan teknologi digital ialah masifnya penggunaan media baru dikalangan masyarakat, sehingga banyak media saat ini yang berkonvergensi ke arah yang lebih digital dan modern.

Gerakan konvergensi media semakin berkembang dengan adanya berbagai kemajuan dibidang teknologi terutama munculnya internet dan digitalisasi informasi. Bahkan perkembangan komunikasi ini juga telah dirasakan dalam dunia jurnalistik. Di mana saat ini jurnalisme berkonvergensi yang melibatkan kerja sama antara jurnalis media cetak, media elektronik dan media *online*. Sehingga konvergensi media yang terjadi saat ini memungkinkan khalayak dan pengguna internet untuk berinteraksi melalui media massa bahkan dapat mengisi konten di media massa.(Finna, 2017) Dengan adanya perkembangan internet dan *smartphone*, berdampak pada perubahan budaya masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan suatu informasi. Perpindahan ke arah media digital disertai dengan munculnya berbagai media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi melainkan memiliki peranan penting sebagai sumber berita, karena banyak orang yang mengakses dan menemukan berita di platform media sosial.

Gambar 1. Jejaring Sosial Teratas Untuk Berita dan Tujuan Lainnya di Seluruh Negara



Sumber: Kheder Omar Lawa, 2020

Persentase yang terdapat pada gambar 1 menunjukkan bahwa dari 26 negara yang tercakup dalam laporan berita digital Reuters Institute 2016, banyak negara yang saat ini menggunakan *platform* yang bersangkutan untuk tujuan lainnya dan sebagai sumber berita. Media sosial yang hingga saat ini sangat berperan penting dengan pengguna teratas ialah

Facebook dengan jangkauan 44 persen. Kemudian disusul dengan media yang menyediakan situs berbagai video seperti Youtube dengan jangkauan 19 persen, media layanan pesan seperti WhatsApp dengan jangkauan 8 persen dan Snapchat 1 persen, serta situs berbagi foto yakni Instagram dengan jangkauan 3 persen dan Pinterest 1 persen. Beberapa layanan ini ditawarkan oleh perusahaan teknologi yang menempati posisi utama di lingkungan media digital. Dimana saat ini Google memiliki Youtube, dan Facebook memiliki Instagram dan WhatsApp. (Lawa, 2020) Saat ini masyarakat Indonesia lebih menyukai menonton tayangan digital berbasis internet di bandingkan siaran secara konvensional. Salah satu media informasi yang paling banyak diakses setelah Facebook adalah youtube. Youtube merupakan sebuah portal video digital yang berbasis internet. Dengan segala kelebihan yang di berikan oleh youtube yaitu dapat diakses oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun selagi terhubung dengan jaringan internet. (Finna, 2017) Hal ini menunjukkan, Youtube sebagai platform terbesar yang menyediakan konten informasi dan sumber berita dalam bentuk audio-visual yang sangat diminati oleh masyarakat.

Kini perlahan tapi pasti media konvensional mulai menyiapkan diri dari berbagai kemungkinan yang akan terjadi akibat dari konvergensi media. bahkan dengan perkembangan youtube yang semakin pesat membuat beberapa media konvensional kini beralih ke youtube. Sehingga media konvensional perlu melakukan upaya adaptasi dan strategi melalui program acara dan *platform* media sosial yang di anggap populer sekaligus menguntungkan. (Zamroni, 2021) Di Indonesia sendiri, terdapat beberapa media konvensional yang memanfaatkan peluang penggunaan media digital dengan menerapkan konvergensi media, diantaranya media yang terdapat di provinsi Riau seperti Kompas TV Riau, Riau Pos, Tribun Pekanbaru Official, dan Datariu Channel. Media digital yang digunakan ialah youtube. Karena dianggap sebagai platform layanan video terbesar didunia dan paling menguasai pasar media Indonesia. Maka banyak media konvensional saat ini yang berbondong-bondong untuk memiliki akun *official* youtube dalam menyebarkan informasi maupun berita melalui video berita yang diunggah ataupun melalui *live streaming*.

Saat ini perkembangan lingkungan media semakin berubah akibat dari perkembangan teknologi dan pasar terkait dengan munculnya media digital. Perubahan yang terjadi di lingkungan media suatu negara dan negara lainnya sangatlah bervariasi. Tetapi terdapat beberapa kesamaan dalam hal peluang dan tantangan yang dihadapi untuk dunia jurnalisme dan organisasi berita. Tiga perkembangan penting yang didorong oleh kekuatan teknologi dan pasar saat ini ialah perpindahan media konvensional ke lingkungan media sosial, seluler dan digital. Perkembangan teknologi yang semakin meningkat dan disertai dengan persaingan yang ketat menjadikan media lama kini berpindah ke arah digital. Semakin pentingnya peran perusahaan teknologi dengan miliaran pengguna di seluruh dunia untuk menavigasi dan menggunakan media digital dengan cara yang mudah dan menarik melalui layanan seperti pencarian, jejaring sosial, berbagi video, pengiriman pesan, dll. Serta peran yang paling penting ialah distribusi berita dan periklanan digital. Pengembangan lingkungan media, dimana pengguna internet memiliki akses ke lebih banyak informasi dalam format yang nyaman dan gratis di berbagai perangkat seluler yang semakin canggih. Lingkungan dimana mereka yang paling tertarik dengan berita dapat merangkul peluang baru untuk mendapatkan, berbagi, dan mengomentari berita tersebut. (Lawa, 2020)

Pada media Kompas TV Riau memiliki realitas dan strategi dalam menerapkan fenomena *new media*. Melalui *channel official* youtube yang dimiliki, Kompas TV Riau menjawab tuntutan perkembangan teknologi informasi di era digital dengan berbagai peluang yang ada. Dalam hal ini youtube menjadi alternatif Kompas TV Riau dalam pemanfaatan media digital, karena dianggap sebagai salah satu media sosial yang paling diminati oleh khalayak dalam memberikan pelayanan informasi. Selain itu, Kompas TV Riau juga memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dalam penggunaan media digital youtube sebagai media dalam menyebarkan berita dan informasi, hal ini dapat dilihat dengan adanya waktu tayang yakni setiap jam 04.30 hingga 07.00 WIB. Lalu bagaimana dengan peluang dan tantangan *news on youtube* di media Kompas TV Riau. Hal ini menjadi bagian yang menarik bagi penulis untuk melakukan kajian lebih dalam dan detail terkait peluang dan tantangan *news on youtube* di media Kompas TV Riau melalui penggalian informasi secara langsung kepada pengelola akun youtube dan kepala biro media Kompas TV Riau.

Beberapa peluang tersebut sebagai berikut : 1) Lingkungan Media Digital yang Semakin Meningkat, seiring pertumbuhan teknologi internet yang semakin pesat, saat ini pengguna internet memiliki banyak akses dalam mendapatkan informasi. Lingkungan media yang semakin digital menawarkan peluang yang beragam termasuk peningkatan penggunaan media digital internet dan sosial. Kini untuk mengakses media sosial baik *Facebook*, *Twitter* maupun *youtube* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan sebuah *handphone*, yang disertai dengan murahnya biaya koneksi. (Romli & Asep, 2018), 2) Waktu, kecepatan informasi di media sosial mampu menggantikan peranan media massa konvensional dalam penyebaran informasi dan berita. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik dan dapat diputar ulang, efisiensi dan manajemen waktu adalah alasan mengapa media youtube saat ini berkembang sangat pesat. (Lawa, 2020), 3) Periklanan Digital, iklan bukanlah medium fisik yang suatu saat akan mati tergilas oleh perkembangan teknologi, seperti halnya televisi, koran, majalah dan radio. Oleh karena itu, perkembangan industri periklanan turut memanfaatkan peluang internet sebagai medianya. Karena media internet dianggap pilihan yang terbaik untuk iklan yang memiliki nilai berita dan merupakan pelopor kategori baru. Karena iklan yang menggunakan media internet paling tepat dengan kampanye video, bukan hanya sekedar ketikan pesan. (Ilhamsyah, 2020), 4) Pemasaran Digital, menurut Sanjaya dan Tarigan, *digital marketing* ialah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, *adwords*, ataupun jejaring sosial lainnya. (Lindawati et al., 2020) Hal ini berarti pemasaran digital yang dilakukan menggunakan teknologi informasi dan internet ke dalam prinsip-prinsip pemasaran tradisional dengan tujuan untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional, dan 5) Sumber pendapatan digital lainnya, saat ini semakin banyak organisasi media yang mulai mengeksplorasi sumber pendapatan alternatif selain dari iklan digital dan pemasaran digital. Banyak organisasi media yang mengembangkan penawaran konten-konten yang sudah ada sebelumnya dan dikemas menjadi sebuah konten baru.

Selain peluang, terdapat tantangan yang harus dihadapi oleh media seperti Kompas TV Riau yang dibahas pada penelitian ini. Tantangan adalah suatu hal atau bentuk usaha yang memiliki tujuan untuk menggugah kemampuan. Media saat ini menghadapi berbagai tantangan dalam menghadapi arus digitalisasi. Beberapa peluang yang muncul mengakibatkan media saat

ini harus berusaha menyesuaikan diri demi menjaga sebuah eksistensi. Namun dengan adanya peluang tersebut tentu terdapat berbagai tantangan yang harus di hadapi oleh media saat ini, tantangan tersebut sebagai berikut : 1) Jaringan Internet, internet adalah sebuah singkatan dari *interconnected network* yang berfungsi menghubungkan jaringan dari jaringan-jaringan komputer yang ada didunia.(Prayetno, 2015) Hambatan dan tantangan yang sering kali terjadi disebabkan oleh jaringan internet baik tantangan yang terjadi secara internal dan eksternal. Hambatan dan tantangan secara internal merupakan kendala yang terjadi di dalam ruang lingkup media, sedangkan secara eksternal disebabkan oleh kondisi masyarakat yang belum secara menyeluruh terhubung dengan koneksi internet. 2) SDM (Sumber Daya Manusia), Sumber Daya Manusia adalah faktor utama dalam suatu organisasi, apapun bentuk dan tujuannya, organisasi dibuat berdasarkan visi misi dan tujuan yang harus dicapai untuk kepentingan manusia, dan dalam pelaksanaannya dikelola dan diurus oleh manusia.

Thomas L. Friedman menyampaikan globalisasi memiliki dimensi ideologi dan teknologi. Dimensi ideologi adalah kapitalisme dan pasar bebas sedangkan dimensi teknologi adalah teknologi informasi yang menyatukan dunia.(Sri, 2018), 3) Konten, saat ini banyak media yang mencoba untuk tetap relevan dengan konten yang diminati dan menarik bagi khalayak. Bahkan dalam organisasi pemberitaan sekalipun seorang wartawan dituntut untuk menguasai keterampilan baru dan mengikuti berbagai tren namun harus dengan memberikan informasi yang valid dan tidak bersifat *hoax*. Menurut Thurman dan Lupton, format yang disukai untuk video online adalah dengan durasi 40 detik, ringan dalam hal konten, dan dapat dibagikan.(Peer & Ksiazek, 2011), 4) Periklanan Digital, menurut Strauss, Jodi dan Raymond mengatakan bahwa konsumen memiliki pilihan untuk menggunakan internet atau media tradisional dalam melakukan pembelian.(Peer & Ksiazek, 2011) Dalam hal periklanan saat ini organisasi media berita tentu akan dihadapi dengan berbagai tantangan disamping pemanfaatan peluang yang ada. Misalkan seperti persaingan yang ketat, ruang iklan yang terbatas dan pemblokiran iklan.(Lawa, 2020), 5) Pemasaran Digital, menurut Chaffey dan Mayer, pemasaran digital atau digital marketing adalah pemasaran yang memiliki lingkup lebih luas karena mengacu pada media digital seperti web, e-mail dan media nirkabel lainnya, tetapi juga meliputi pengelolaan data pelanggan digital, dan juga bagaimana internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk memperoleh dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.(Lindawati et al., 2020)

Selain adanya berbagai peluang dalam pemanfaatan perkembangan teknologi dan pasar berbasis digital, tentunya terdapat tantangan dalam penjualan digital yang harus dihadapi oleh media berita. Misal seperti sistem pembayaran konten, sehingga hanya pembaca yang melakukan pembayaran yang dapat mengakses konten tersebut.(Lawa, 2020), dan 6) Organisasi Media Berita Baru, perkembangan teknologi dan pasar menjadikan banyak organisasi media berita yang bermunculan. Hal ini menjadi suatu tantangan bagi organisasi media lama salah satunya dalam hal pasar periklanan dan penjualan yang semakin kompetitif, kesulitan dalam hal meyakinkan pengguna untuk membayar dan tantangan dalam hal menghasilkan pendapatan alternatif lainnya akibat adanya persaingan.(Lawa, 2020)

Berita (*News*) adalah laporan mengenai suatu peristiwa atau kejadian yang bersifat aktual (terbaru) mengenai fakta-fakta yang menarik perhatian dinilai penting, atau luar biasa. Berita dibagi menjadi dua yaitu *straight news* atau *hard news* (berita langsung) dan *indepth news*

(berita mendalam).(Ahmad et al., 2019) Dengan menjamurnya internet di kalangan masyarakat, kini sebagian besar masyarakat menjadikan internet sebagai kebutuhan tambahan untuk memperoleh informasi dan berita yang dibutuhkan, hal ini dikarenakan internet memiliki waktu yang sangat singkat untuk bisa diterima oleh masyarakat. Namun, penyajian beritanya harus tetap memperhatikan ke-enam unsur berita, yaitu 5W+1H (What, Why, Where, Who, When dan How).(Romli & Asep, 2018)

Dalam pemanfaatan internet salah satu media yang digunakan adalah media digital Youtube. Youtube adalah sebuah situs *website* yang dapat digunakan untuk membagikan video secara *online* dan paling diminati oleh masyarakat. Menurut Sianipar, Youtube merupakan *database* video yang paling populer di dunia internet, dan merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak dan bisa diandalkan.(Widyantara & Rasna, 2020) Sebuah situs inilah yang menyediakan berbagai macam layanan video audio-visual yang dapat dinikmati oleh para penggunanya dalam mencari informasi dan hiburan.

Kemunculan internet mampu mengubah secara drastis perkembangan media massa yang ada saat ini. Setidaknya internet mampu memicu dua perubahan mendasar dalam lingkungan media massa yakni perubahan proses jurnalistik dan perubahan bentuk organisasi media yang ada.(Dudi, 2018) Teori konvergensi media yang disampaikan oleh Tery Flew menyatakan konvergensi media merupakan hasil dari irisan tiga unsur *new media* yaitu jaringan komunikasi (*communication*), teknologi informasi (*computing*), dan konten media (*content*).(Wahyuningsih & Zulhazmi, 2020) Dengan demikian, konvergensi media dapat dipahami sebagai suatu fenomena bergabungnya berbagai media yang sebelumnya berbeda seperti media cetak maupun elektronik dan *new media* menjadi satu kedalam media tunggal, dengan menyatukan “tiga-c” yakni *communication*, *computing* dan *content*.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis kualitatif untuk menguraikan setiap informasi yang diperoleh dengan kalimat yang jelas. Jenis pendekatan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif digunakan untuk memecahkan masalah yang ada berdasarkan data-data.(Mamik, 2015) Lokasi dilakukannya penelitian ini yaitu pada media Kompas Tv Riau yang beralamat di Jalan Merak No. 83 B, Tangkerang Tengah, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau. Penelitian ini dilakukan selama empat bulan terhitung sejak bulan Maret 2022. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau melalui media. (Burhan, 2003) Sedangkan, Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh melalui data yang telah diteliti dan dikumpulkan pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan. Penelitian data sekunder diperoleh melalui studi pustaka. Teknik yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data penelitian ini ialah dengan wawancara, dokumentasi dan observasi.

Hasil dan Pembahasan

Peluang News On Youtube Pada Media Kompas TV Riau

Peluang dan Tantangan News On Youtube yang dirumuskan ini merupakan hal yang harus dipahami oleh media seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi. Karena banyak media saat ini yang memanfaatkan media digital youtube sebagai media penyebarluasan

konten berita dan informasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Del Fadillah selaku kepala biro Kompas TV Riau menjelaskan bahwa pada dasarnya media Kompas TV Riau merupakan media televisi VTR secara jaringan di wilayah Riau khususnya Pekanbaru. Berdasarkan UU Penyiaran No 32 Tahun 2022, setiap TV Nasional wajib menayangkan konten lokal sebanyak 20 persen. Namun di era digitalisasi saat ini banyak perusahaan media yang beralih menggunakan media digital dan berbagai media sosial.

Tanggapan serupa juga disampaikan oleh Darmawan selaku editor Kompas TV Riau, ia menjelaskan bahwa di era perkembangan internet yang semakin luas seluruh pengguna internet dimanapun mereka berada dapat menikmati konten-konten Kompas TV Riau sehingga lebih meluas dan tidak hanya melalui TV analog atau digital saja. Penyebaran dan peluasan konten juga melalui media sosial facebook, whatsapp, twitter dan instagram sehingga dapat dinikmati oleh seluruh kalangan masyarakat.

Media digital adalah segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui jaringan internet yang berisikan teks, foto, video, dan suara. Secara umum yang termasuk kedalam media digital ialah website, blog, whatsapp, dan media sosial. (Raharja & Natari, 2021) Diera digitalisasi, lingkungan media saat ini menjadi semakin digital dengan perkembangan berbagai perangkat digital yang semakin maju. Munculnya berbagai media digital dan media sosial menjadikan media Kompas TV Riau mulai berkonvergensi dengan tidak hanya menayangkan berita dan informasi melalui tayangan secara konvensional saja, melainkan memanfaatkan media digital dan media sosial.

Menurut Flew konvergensi media merupakan hasil dari irisan tiga unsur *new media* yaitu jaringan komunikasi (*communication*), teknologi informasi (*computing*), dan konten media (*content*). (Wahyuningsih & Zulhazmi, 2020) Penggunaan media digital youtube dan berbagai media sosial oleh Kompas TV Riau dalam menyebarluaskan berita dan informasi menunjukkan bahwa media Kompas TV Riau telah melakukan konvergensi media yang semula secara konvensional menjadi digital. Hal ini dapat dilihat dengan pemanfaatan media digital *youtube*, media sosial *facebook*, *whatsapp*, *instagram* bahkan *website*.

Selain penggunaan media digital youtube, Kompas TV Riau juga memanfaatkan media sosial sebagai media sharing. Penggunaan media sosial dengan jumlah pengikut yang cukup banyak menjadi salah satu strategi agar konten Kompas TV Riau semakin dilirik dan diminati oleh masyarakat secara luas.

Faktor pertama yang menunjang peluang adalah dari segi waktu. Berdasarkan hasil observasi penulis, media Kompas TV Riau memiliki waktu tayang dua setengah jam setiap harinya secara konvensional lokal wilayah Pekanbaru. Penayangan dilakukan pada jam 04.30 WIB sampai jam 07.00 WIB. Setelah penayangan secara konvensional lokal, kemudian berita atau informasi di unggah menjadi konten di channel youtube Kompas TV Riau, dimana pengunggahan dilakukan sekitar pukul 12.00 WIB hingga pukul 13.00 WIB oleh editor yang sekaligus pengelola akun Youtube Kompas TV Riau.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Darmawan selaku editor sekaligus pengelola akun youtube Kompas TV Riau menjelaskan bahwa Penayangan yang dilakukan setiap hari selasa, kamis, dan sabtu merupakan jenis konten berita atau informasi terbaru. Sedangkan penayangan yang dilakukan selain hari tersebut yaitu senin, rabu, jum'at dan minggu yang dilakukan secara konvensional lokal merupakan pengulangan tayangan. Waktu merupakan sumber daya

berharga yang tidak dapat diganti dan diubah. Penerapan kontrol terhadap waktu penayangan oleh Kompas TV Riau dilakukan agar tayangan dapat disiarkan baik secara analog maupun diunggah secara digital sesuai dengan waktu yang telah ditentukan Pengendalian waktu yang dilakukan pada media digital Youtube dan media sosial bertujuan agar lebih efisien dan informasi cepat tersampaikan kepada khalayak, bahkan konten video juga dapat ditonton berulang kali. Pengelola Youtube Kompas TV Riau harus mengunggah konten video berita atau informasi yang sudah ditayangkan secara konvensional wilayah Riau ke media digital youtube sesuai dengan jadwal pengunggahan, agar tidak terjadi keterlambatan dalam meng-upload berita dan informasi.

Faktor kedua yang menjadi peluang adalah periklanan digital. Berdasarkan hasil wawancara dengan Del Fadillah selaku kepala biro Kompas TV Riau, ia menjelaskan bahwa Kompas TV Riau menerima iklan seperti media pada umumnya. Namun media Kompas TV Riau tidak memiliki wewenang penuh terkait periklanan, hanya sebatas melakukan penawaran, produksi dan penayangan yang dilakukan secara VTR, youtube, dan berbagai media sosial yang dimiliki Kompas TV Riau. Hal ini dikarenakan segala hal yang berkaitan dengan urusan secara finansial maka akan langsung dikoordinir oleh Kompas TV pusat yang berada di Jakarta.

Kemudian Darmawan selaku editor Kompas TV Riau menjelaskan bahwa iklan yang diterima oleh Kompas TV Riau secara keseluruhan harus melalui persetujuan dari Kompas TV Jakarta. Oleh karena itu, Kompas TV Riau hanya mengakomodir iklan dalam bentuk berita dan talkshow yang ditayangkan ke seluruh media baik konvensional, youtube atau digital bahkan di media sosial. Periklanan digital merupakan suatu kegiatan penawaran yang dilakukan melalui media digital. Setiap media tentu menerima iklan dari para kompetitor maupun pemilik kewenangan. Secara umum, penayangan iklan dilakukan melalui tayangan konvensional atau analog. Seiring dengan perkembangan teknologi dan internet, iklan kini juga ditayangkan secara digital dan media sosial.

Menurut Al-Reis, iklan merupakan seni membujuk khalayak sasaran untuk mau mencoba sebuah produk dan mempertahankan kekuatan (*benefit*) produk atau merek tersebut dalam benak konsumen. (Ilhamsyah, 2020) Peluang penggunaan media digital dan media sosial dalam dunia periklanan menjadi strategi oleh setiap media khususnya Kompas TV Riau. Dengan membagikan konten yang disertai iklan di media digital maupun sosial tentu menjadi daya tarik bagi para pemasang iklan. Selain itu, media Kompas TV Riau juga menggunakan sistem adsense. Adsense ialah program kerjasama periklanan yang diselenggarakan oleh google melalui media internet. (Tyas & Aryani, 2017) Adsense Kompas TV Riau secara otomatis terhubung ke Kompas TV pusat. Namun hasil dari *adsense* akan tetap diberikan dan dikembalikan kepada Kompas TV Riau. Selain periklanan digital, yang juga menjadi factor pendukung pada peluang bagi Kompas TV Riau adalah pemasaran digital. Strategi media Kompas TV Riau dalam memasarkan konten ialah dengan menggunakan beberapa platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat. Hal ini bertujuan agar media Kompas TV Riau semakin dikenal oleh masyarakat secara meluas sekaligus menambah dan menaikkan jumlah penonton di media digital youtube Kompas TV Riau.

Kompas TV Riau melakukan promosi konten melalui berbagai media sosial yang dimilikinya, seperti Facebook, Whatsapp group dan story, kemudian Instagram dan twitter agar dapat terus disaksikan oleh khalayak. Pemasaran digital merupakan kegiatan pemasaran dengan

menggunakan media teknologi dan internet. Menurut Sanjaya dan Tarigan, digital marketing ialah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti *blog, website, e-mail, adwords*, ataupun jejaring sosial lainnya. (Lindawati et al., 2020)

Pemasaran konten dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang dimiliki, seperti penggunaan *facebook, whatsapp group*, serta *instagram* dan *twitter*. Selain dari itu, media Kompas TV Riau tidak menggunakan platform media digital dan media sosial lainnya untuk mempromosikan konten. Hal ini dikarenakan dalam sekali pengunggahan, Kompas TV Riau telah terkoneksi ke beberapa platform pusat yaitu website Kompas TV dan channel youtube Kompas TV, di mana platform tersebut telah memiliki rating dan jumlah viewers yang cukup tinggi. Saat ini banyak dari organisasi media yang mulai melakukan dan mengembangkan penawaran konten-konten yang sudah ada sebelumnya menjadi sebuah konten berita baru. Penerbitan ulang konten yang sudah ada kedalam bentuk baru dapat menjadi salah satu sumber pendapatan digital lainnya oleh suatu media.

Berdasarkan hasil wawancara dengan editor sekaligus pengelola youtube Kompas TV Riau menjelaskan bahwa pendapatan media Kompas TV Riau hanya melalui iklan. Kompas TV Riau tidak melakukan pengunggahan ulang konten atau mengambil video milik media lain ataupun orang lain untuk dijadikan sebagai sebuah konten baru. Melalui pertanyaan yang sama, Sawino Ardy selaku video jurnalis Kompas TV Riau juga memberikan tanggapan yang serupa. Ia menjelaskan bahwa beberapa video informasi yang berasal dari video amatir milik masyarakat dapat dijadikannya sebagai sumber berita atas izin pemilik video tersebut. Hal ini dikarenakan terkadang beberapa peristiwa terjadi begitu cepat dan singkat sementara perjalanan menuju lokasi kejadian juga memakan waktu.

Kompas TV Riau tidak melakukan pengemasan ulang konten yang diambil dari sumber Youtube maupun media sosial untuk digabungkan dan menjadi suatu konten berita baru tanpa izin dari pemilik konten. Namun, ketika terjadi suatu peristiwa yang begitu singkat dan lokasi peliputan peristiwa jauh dari lokasi video jurnalis, maka video jurnalis akan mencari sumber pertama dari pemilik video untuk dijadikan cuplikan video amatir pada pemberitaan atas izin pemiliknya.

Analisis Tantangan News On Youtube Pada Media Kompas TV Riau

Salah satu yang menjadi faktor dalam tantangan adalah jaringan internet. Darmawan selaku editor Kompas TV Riau menjelaskan bahwa jaringan internet menjadi salah satu tantangan, namun tidak mempengaruhi kualitas tayangan baik di media digital maupun media sosial. Sawino Ardy selaku video jurnalis Kompas TV Riau menanggapi hal yang sama. Ia menjelaskan bahwa hambatan yang terkadang dialami merupakan hambatan secara teknis yaitu jaringan internet berupa hilangnya sinyal saat *live* secara nasional. Jaringan internet merupakan hal yang sangat penting di era penggunaan teknologi yang tinggi. Teknologi informasi saat ini yang berkembang begitu cepat tentu menggunakan jaringan internet sebagai penghubung antar berbagai jaringan yang ada diseluruh dunia. Dalam memanfaatkan media digital youtube, Kompas TV Riau tentunya menggunakan jaringan internet untuk mengunggah dan menyebarkan konten berita dan informasi. Namun, jaringan internet seringkali menjadi tantangan sekaligus permasalahan secara teknis. Terputusnya koneksi internet mengakibatkan pengelola akun Youtube Kompas TV Riau tidak dapat mengakses berbagai media sosial dan

media digital Youtube. Pengelola youtube Kompas TV Riau harus menunggu hingga koneksi internet tersambung kembali untuk melanjutkan tugasnya.

Selain itu, tantangan yang sama juga di hadapi oleh video jurnalis Kompas TV Riau. Jaringan internet menjadi hal yang sangat penting ketika video jurnalis melakukan *live streaming* secara nasional. Karena apabila koneksi terputus maka akan mempengaruhi kualitas penayangan.

1. Sumber Daya Manusia

Hasil wawancara dengan kepala biro Kompas TV Riau menjelaskan bahwa media Kompas TV Riau tidak mengkhususkan crew untuk youtube. Karena berita yang ditayangkan secara VTR akan di unggah ke akun youtube sehingga seluruh crew di tuntut untuk *multitasking*.

Dalam menjalankan tugasnya sebagai karyawan dan crew dari media Kompas TV Riau, seluruh karyawan dituntut untuk multitasking alias serba bisa di segala bidang pekerjaan. Dengan jumlah karyawan enam orang yang terdiri dari kepala biro, editor, video jurnalis, transmisi pemancar dan dua orang presenter menjadikan seluruh crew harus memiliki hubungan kerjasama yang baik. Selain itu, media Kompas TV pusat selalu memberikan pelatihan dan mengupgrade skill karyawan yang berada di daerah sesuai dengan perkembangan dan kemajuan teknologi informasi. Hal ini bertujuan agar seluruh karyawan dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan penuh tanggung jawab.

2. Konten

Berdasarkan wawancara dengan Sawino Ardy selaku video jurnalis, menjelaskan bahwa video hasil peliputan yang didapatkan akan langsung diedit olehnya untuk dikirimkan ke media Kompas TV pusat. Namun, untuk biro Riau maka video hasil peliputan dan narasi akan diberikan kepada editor untuk diedit sesuai format penayangan lokal untuk ditayangkan secara konvensional dan digital Youtube.

Darmawan selaku editor, menjelaskan bahwa Konten yang paling diminati dan banyak ditonton oleh masyarakat ialah jenis konten peristiwa yang lebih tersorot, terbaru dan viral. Jenis konten yang diproduksi oleh Kompas TV Riau ialah jenis konten berita. Menurut Eric C. Hepdwood berita (*News*) adalah laporan pertama pada kejadian penting yang bisa menarik perhatian umum. (Ahmad et al., 2019) Dengan pemanfaatan media digital youtube dan media sosial, Kompas TV Riau rutin mengunggah konten yang telah dibuat untuk menyebarkan berita dan informasi. Konten sendiri didapatkan dari hasil peliputan kejadian atau peristiwa oleh video jurnalis yang kemudian di edit oleh editor dan menjadi suatu berita atau informasi dalam bentuk video sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat.

Menurut Thurman dan Lupton, format yang disukai untuk video online adalah dengan durasi 40 detik, ringan dalam hal konten, dan dapat dibagikan. (Peer & Ksiazek, 2011) Namun, pada kenyataannya jenis konten yang sangat diminati oleh masyarakat adalah jenis konten yang tersorot, peristiwa hangat yang terjadi di masyarakat atau peristiwa viral dengan durasi 1 hingga 2 menit untuk jenis berita *straight news* dan durasi 4 menit untuk jenis *feature*. Akan tetapi konten yang diunggah dapat dibagikan kepada khalayak, hanya saja sebelum dipublikasikan ke youtube Kompas TV Riau, penayangan hasil dari video akan ditayangkan terlebih dahulu secara konvensional. Setelah itu, video akan diunggah menjadi konten youtube Kompas TV Riau.

3. Periklanan Digital

Hasil wawancara dengan Darmawan menjelaskan bahwa Tantangan dan persaingan di dunia periklanan begitu tinggi. Dimulai dengan harga pemasangan iklan yang terbilang cukup mahal dan saingan dengan berbagai media lokal dan nasional lainnya. Untuk harga iklan dengan jenis berita saja mencapai 3 hingga 5 juta rupiah. Sedangkan untuk iklan dengan program talkshow mencapai 10 hingga 20 jutaan rupiah. Harga ini terbilang cukup fantastis untuk diwilayah Riau.

Periklanan digital ialah proses beriklan yang menggunakan media teknologi internet dalam menyampaikan promosi kepada konsumen. Periklanan digital mencakup iklan promosi melalui *email*, *website*, media sosial, dan beberapa platform digital lainnya.(Yogantari & Widyaswari, 2021)

Periklanan digital selain menjadi peluang bagi suatu media tentu juga dapat menjadi tantangan. Penawaran atau promosi yang dilakukan melalui media digital dan media sosial menjadi kebiasaan baru setelah adanya kemajuan dibidang teknologi informasi. Kompas TV Riau memanfaatkan media digital dan media sosial sebagai media periklanan digital.

4. Pemasaran Digital

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dengan editor, ia menjelaskan bahwa Penggunaan media sosial sebagai media penyebarluasan berita dan informasi bertujuan agar dapat meningkatkan jumlah penonton di youtube Kompas TV Riau sehingga media juga mendapatkan keuntungan secara finansial. Selain itu, keuntungan lainnya yang didapatkan ialah lebih dikenal oleh masyarakat secara umum dan meluas

Menurut Royle and Laing, pemasaran digital merupakan suatu kegiatan pemanfaatan teknologi digital guna menciptakan komunikasi yang terintegrasi, memiliki tujuan dan terukur guna membantu dan mempertahankan pelanggan sekaligus membangun keterikatan yang lebih dalam. Pemasaran digital melibatkan berbagai teknologi digital seperti *website*, *email*, *database*, TV digital, dan berbagai media digital lainnya.(Astri & dkk, 2020)

Penjualan digital atau melakukan promosi konten oleh Kompas TV Riau agar memiliki jumlah penonton yang tinggi dapat menjadi peluang sekaligus tantangan. Penggunaan media sosial seperti facebook, whatsapp dan instagram bertujuan agar jumlah penonton konten youtube Kompas TV Riau meningkat dan dikenal oleh masyarakat secara meluas.

5. Organisasi Media Berita Baru

Hasil wawancara dengan Darmawan selaku editor, ia menjelaskan dengan adanya kemudahan di era perkembangan teknologi dan internet beberapa media lokal yang ada di Riau hanya dapat mengimbangi secara lokal saja. Dan untuk menjaga eksistensinya media Kompas TV Riau rutin mengunggah konten berita dan informasi dan meningkatkan kualitas penayangan, serta tidak menerapkan sistem pembayaran.

Organisasi media berita baru merupakan suatu organisasi atau media yang memiliki struktur keorganisasian yang baru terbentuk dan bergerak di bidang pemberitaan atau jurnalistik.(Lawa, 2020) Saat ini dengan pertumbuhan teknologi informasi bahkan internet yang cepat menjadikan banyak organisasi media berita yang bermunculan. Dengan berbagai kemudahan dalam penggunaan media digital dan sosial bahkan kemudahan dalam mendapatkan informasi dan menyebarkanluaskannya, kini media berita baru dapat dengan mudah mendapatkan sumber pemberitaan bahkan tanpa harus turun ke lapangan.

Kompas TV Riau merupakan korespondensi dari media Kompas TV yang berpusat di Jakarta, sehingga Kompas TV Riau bukanlah sebuah media baru melainkan sebuah biro C yang dimiliki oleh Kompas TV. Dalam artian media Kompas TV Riau merupakan kantor dari media Kompas TV yang terletak di wilayah Riau, dengan kapasitas karyawan atau crew yang terbatas. Oleh karena itu, media Kompas TV Riau tidak memiliki kewenangan penuh terkait pengambilan suatu keputusan dalam segala hal. Untuk menjaga eksistensinya di dunia digital Kompas TV Riau memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dalam setiap penayangan baik secara konvensional maupun digital. Selain itu, agar kontennya selalu dapat dinikmati oleh masyarakat, media Kompas TV Riau tidak menerapkan sistem apapun termasuk pembayaran hanya saja menerapkan sistem subscribe channel youtube Kompas TV Riau dengan gratis bagi yang tidak ingin tertinggal informasi

Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa dengan perkembangan teknologi informasi dan jaringan internet, media Kompas TV Riau memanfaatkan peluang dengan menggunakan media digital Youtube dan media sosial sebagai penyebarluasan berita dan informasi. Hal ini dapat dilihat dari indikator peluang yaitu lingkungan media digital yang semakin meningkat, waktu, periklanan digital, pemasaran digital, dan sumber pendapatan digital lainnya. Selain pemanfaatan peluang yang ada, dalam menggunakan media baik digital maupun media sosial tentunya media Kompas TV Riau juga menghadapi berbagai tantangan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator tantangan yaitu jaringan internet, SDM (sumber daya manusia), konten, periklanan digital, pemasaran digital, dan organisasi media berita baru.

Referensi

- Ahmad, Q., Yoserizal, S., & Suwandi. (2019). *Pengantar Jurnalistik*. Guepedia.
- Albi, A., & Johan, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV. Jejak.
- Astri, R., & dkk. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Burhan, B. (2003). *Analisis Penelitian*. PT. Raja Grafindo.
- Dudi, I. (2018). *KONVERGENSI MEDIA:Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme*. Andi.
- Finna, P. H. (2017). *Pemanfaatan Media Online Dalam Penyaluran Konten "Eksklusif Digital" Kompas TV*. Universitas Padjajaran.
- Ilhamsyah. (2020). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Andi.
- Lawa, K. O. (2020). *Challenges and Opportunities for News Media and Journalism in an Increasingly Digital Mobile*. 46–59. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3042-9.ch003>
- Lindawati, S., Hendri, M., & HutahaeanJeperson. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Publisher.
- Peer, L., & Ksiazek, T. B. (2011). Youtube and the challenge to journalism new standards for news videos online. *Journalism Studies*, 12(1), 45–63. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.511951>
- Prayetno, A. (2015). Kerja Sama Komunitas Asean 2015 Dalam Menghadapi ATHG (Ancaman, Tantangan, Hambatan Dan Gangguan). *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka*, 577–586.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui

- Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Romli, M., & Asep, S. (2018). *Jurnalistik Online (Panduan Mengelola Media Online)*. Nuansa Cendekia.
- Sandu, S., & Muhammad, A. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sri, L. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Deepublish.
- Tyas, A., & Aryani, D. (2017). Efektivitas Iklan Digital Google Adsense. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 1–10.
- Wahyuningsih, T., & Zulhazmi, A. Z. (2020). Jurnalisme Era Baru (Konvergensi Media Radar Jogja Dalam Menghadapi Persaingan Media). *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1(1), 76. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i1.2412>
- Widyantara, I., & Rasna, I. (2020). Penggunaan Media Youtube Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 dalam Pembelajaran Keterampilan Berbahasa Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 9(2), 113–122.
- Yogantari, M. V., & Widyaswari, I. G. A. A. W. (2021). Efektifitas Instagram sebagai Sarana Periklanan Baru di Era Digital. *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial (SNDS)*, 1(1), 127–131.
- Zamroni, M. (2021). *era digital*. 5(1).