



Strategi Produksi dan Distribusi Berita Multi Platform di Sumseks.co dalam Menghadapi Transformasi Media Digital

Joerdyte Zavannoek Ibrahim Putra D¹, Isnawijayani²

¹⁻²Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma, Indonesia

Email: joerdytezavannoek@gmail.com, isnawijayani@binadarma.ac.id

Article Info

Article history:

Received June 02, 2026

Revised June 22, 2026

Accepted June 24, 2026

Keywords:

News Production, News Distribution, Multi-Platform, Media Convergence, Digital Media, Sumseks.co.

ABSTRACT

The development of digital technology has pushed the transformation of mass media towards a multi-platform-based communication system. Online media is required to be able to produce and distribute information through various digital platforms in order to reach a wider audience. This research aims to find out the multi-platform news production strategy, digital news distribution process, as well as the form of content adjustment on each platform applied by Sumseks.co. Research uses qualitative methods with a descriptive approach. Data was obtained through in-depth interviews, observations, and documentation of news production and distribution activities at Sumseks.co. The research results show that Sumseks.co implements a news production strategy based on media convergence through collaboration between reporters, editors, and social media managers in producing content that can be used on various platforms. News distribution is done through websites, Instagram, Facebook, TikTok, and YouTube with different presentation characteristics according to the needs of the audience. In addition, Sumseks.co adjusts the content format on each platform to increase the effectiveness of information delivery and audience engagement. Research findings show that the multi-platform strategy applied by Sumseks.co becomes a form of media adaptation to the development of digital technology and changes in public information consumption behavior.

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



Article Info

Article history:

Received June 02, 2026

Revised June 22, 2026

Accepted June 24, 2026

Keywords:

Produksi Berita, Distribusi Berita, Multi-Platform, Konvergensi Media, Media Digital, Sumseks.co.

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi media massa menuju sistem komunikasi berbasis multi-platform. Media online dituntut untuk mampu memproduksi dan mendistribusikan informasi melalui berbagai platform digital agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi produksi berita multi-platform, proses distribusi berita digital, serta bentuk penyesuaian konten pada setiap platform yang diterapkan oleh Sumseks.co. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap aktivitas produksi dan distribusi berita di Sumseks.co. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sumseks.co menerapkan strategi produksi berita berbasis konvergensi media melalui kolaborasi antara reporter, editor, dan pengelola media sosial dalam menghasilkan konten yang dapat digunakan pada berbagai platform. Distribusi berita dilakukan melalui website, Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube dengan karakteristik penyajian yang berbeda sesuai kebutuhan audiens. Selain itu, Sumseks.co melakukan



penyesuaian format konten pada setiap platform untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi dan keterlibatan audiens. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi multi-platform yang diterapkan Sumeks.co menjadi bentuk adaptasi media terhadap perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Joerdyte Zavannoek Ibrahim Putra D

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma, Indonesia

Email: joerdytezavannoek@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam industri media massa. Kehadiran internet memungkinkan masyarakat memperoleh informasi secara cepat melalui berbagai perangkat digital. Kondisi tersebut mendorong perubahan pola konsumsi media dari media konvensional menuju media digital yang lebih interaktif dan mudah diakses.

Perubahan ini melahirkan konsep konvergensi media, yaitu integrasi berbagai bentuk media dan teknologi komunikasi dalam satu sistem yang saling terhubung. Perusahaan media tidak lagi hanya mengandalkan satu platform dalam menyampaikan informasi, melainkan memanfaatkan website, media sosial, dan berbagai platform digital lainnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Sebagai salah satu media online di Sumatera Selatan, Sumeks.co telah menerapkan strategi produksi dan distribusi berita melalui berbagai platform digital seperti website, Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube. Strategi tersebut dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi serta perubahan perilaku audiens dalam mengakses informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi produksi berita multi-platform yang diterapkan Sumeks.co, memahami proses distribusi berita melalui berbagai platform digital, serta mengidentifikasi bentuk penyesuaian konten yang dilakukan pada masing-masing platform.

METODE

Langkah untuk memahami dinamika operasional di dalam ruang redaksi Sumeks.co dilakukan melalui pendekatan berbasis pengamatan langsung dan interaksi mendalam di lingkungan kerja. Melalui keterlibatan aktif dalam aktivitas harian media ini, potret nyata mengenai bagaimana sebuah informasi direncanakan, diproduksi, hingga didistribusikan ke berbagai kanal digital dapat ditangkap secara utuh.

Fokus utama dari proses ini adalah merekam realitas, tantangan, serta penyesuaian yang terjadi di lapangan tanpa melakukan manipulasi terhadap kondisi kerja yang ada. Informasi utama dalam kajian ini bersumber langsung dari para praktisi media yang menggerakkan dapur redaksi Sumeks.co setiap harinya. Dialog mendalam dilakukan secara personal dengan para aktor kunci, mulai dari editor yang mengawal kebijakan karsel redaksi, reporter yang memburu



fakta di lapangan, hingga pengelola media sosial yang meramu konten agar ramah terhadap algoritma platform digital.

Melalui diskusi tatap muka ini, diperoleh data mengenai alasan di balik pemilihan format berita, kendala teknis yang sering dihadapi, hingga strategi komunikasi yang mereka terapkan. Untuk memperkuat data yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut, dilakukan pula penelusuran terhadap dokumen-dokumen pendukung. Ini mencakup analisis terhadap arsip berita yang telah dipublikasikan di website utama, pengamatan terhadap rekam jejak digital di berbagai akun media sosial resmi milik Sumeks.co, serta pemanfaatan referensi teoretis dari buku, jurnal ilmiah terdahulu, dan literatur mengenai konvergensi media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Produksi Berita Multi-Platform di Sumeks.co

Hasil penelitian selama magang menunjukkan bahwa Sumeks.co menerapkan strategi produksi berita yang terintegrasi dengan kebutuhan berbagai platform digital. Proses produksi dimulai dari pemantauan isu, peliputan lapangan, penulisan berita, penyuntingan, hingga publikasi. Reporter tidak hanya bertugas menulis berita, tetapi juga menghasilkan dokumentasi foto dan video yang dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan berbagai platform. Hal ini menunjukkan adanya penerapan konsep konvergensi media dalam proses produksi berita.

Strategi tersebut memungkinkan satu peristiwa menghasilkan berbagai bentuk konten yang dapat dipublikasikan melalui website, Instagram, Facebook, TikTok, maupun YouTube. Penerapan sistem kerja seperti ini menunjukkan bahwa Sumeks.co telah menyesuaikan diri dengan kebutuhan industri media digital yang menuntut kecepatan, kreativitas, dan kemampuan multimedia. Selain itu, distribusi berita di Sumeks.co dilakukan melalui berbagai platform digital secara bersamaan. Website berfungsi sebagai pusat informasi utama yang menyajikan berita secara lengkap dan mendalam.

Instagram digunakan untuk menyebarkan informasi melalui foto, carousel, dan video reels. Facebook dimanfaatkan untuk membagikan tautan berita yang mengarah ke website utama. TikTok digunakan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk video pendek yang menarik bagi generasi muda, sedangkan YouTube digunakan untuk publikasi konten audiovisual dengan durasi yang lebih panjang.

Strategi distribusi tersebut memungkinkan Sumeks.co menjangkau berbagai segmen audiens sesuai karakteristik masing-masing platform. Selain memperluas jangkauan informasi, strategi ini juga meningkatkan interaksi antara media dan masyarakat melalui fitur komentar, berbagi konten, dan tanggapan pengguna. Serta penyesuaian konten pada setiap platform di Sumeks.co tidak menggunakan format konten yang sama pada seluruh platform. Website menyajikan berita secara lengkap dengan unsur 5W+1H, sedangkan media sosial lebih mengutamakan penyajian yang ringkas dan visual.

Instagram menampilkan foto, carousel, dan reels dengan caption singkat. Facebook digunakan untuk membagikan ringkasan berita dan tautan ke website. TikTok menyajikan informasi dalam bentuk video pendek yang cepat dan menarik. Sementara itu, YouTube digunakan untuk video berita yang lebih panjang dan mendalam.

Penyesuaian konten tersebut dilakukan agar informasi yang disampaikan sesuai dengan karakteristik pengguna pada masing-masing platform. Strategi ini menunjukkan bahwa keberhasilan distribusi informasi tidak hanya bergantung pada kecepatan publikasi, tetapi juga pada kemampuan media menyesuaikan format pesan dengan kebutuhan audiens.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Magang di Sumeks.co



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Produksi Berita di Sumeks.co



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Liputan di Asrama Haji



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Liputan Peresmian PT. Ocean Nusantara Group



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Sumeks.co telah menerapkan strategi produksi dan distribusi berita multi-platform sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan media digital. Strategi produksi berita dilakukan melalui sistem kerja yang terintegrasi antara reporter, editor, dan pengelola media sosial dengan menghasilkan konten dalam berbagai format multimedia. Strategi distribusi dilakukan melalui website, Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Selain itu, Sumeks.co menerapkan penyesuaian konten pada setiap platform sesuai karakteristik dan kebutuhan pengguna. Strategi tersebut menunjukkan implementasi konsep konvergensi media yang efektif dalam mendukung penyebaran informasi di era digital. Dengan demikian, penerapan strategi multi-platform di Sumeks.co tidak hanya membantu memperluas jangkauan informasi, tetapi juga meningkatkan efektivitas komunikasi dan keterlibatan audiens terhadap konten yang dipublikasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D. (2021). Metode Penelitian Kualitatif dalam Kajian Komunikasi Digital.
- Anggun Septia Nurrahmah, Aulia Laila Azzahra. (2026). Pendekatan Deskriptif dalam Penelitian Komunikasi.
- Anton, A., dkk. (2016). Konvergensi Media dalam Transformasi Media Digital. Com. (2022). Penerapan Konvergensi Media pada Media Digital.
- Hakim, M. (2025). Media Online dan Komunikasi Digital.
- Mahestu, A., dkk. (2019). Penelitian Deskriptif Kualitatif pada Media Digital.
- Pangestu, R., dkk. (2024). Konvergensi Media dan Transformasi Jurnalistik di Era Digital.
- Rahmani, N., dkk. (2025). Metode Penelitian Komunikasi Digital.
- Rizaldy, M. (2020). Konvergensi Media pada Surat Kabar Lokal Kalteng Pos.
- Salsabila, N., & Fakhruroji, M. (2020). Strategi Konvergensi Media pada Inspira TV Bandung.
- Sari, D. (2022). Media Sosial sebagai Saluran Distribusi Berita Digital.
- Setiadi, A., dkk. (2021). Multi-Platform Broadcasting dalam Industri Media Indonesia. Siregar, R., dkk. (2022). Media Sosial dan Budaya Komunikasi Virtual.
- Studi, T., dkk. (2023). Konvergensi Media pada Podcast Radar Jogja Digital. Study, T., dkk. (2021). Dinamika Produksi Berita pada Media Online.
- Sujono, A., & Yossie, B. (2021). Strategi Multi-Platform pada Industri Televisi Indonesia.
- Tawaqal, M., dkk. (2024). Strategi Komunikasi Organisasi Media Berbasis Digital.
- Tripalupi, A., dkk. (2025). Strategi Transformasi Media di Era Multi-Platform.
- Undari, N., dkk. (2022). Penggunaan Data Primer dan Sekunder dalam Penelitian Komunikasi.
- Yusanto. (n.d.). Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Kajian Komunikasi.