Journal of Social Media and Message
Juni 2026, Vol. 4, No. 1, pp. 38-59
E-ISSN: 2829-9752

Eksistensi Media Lokal Di Kota Medan Dalam Persaingan Ekosistem Informasi Digital

Topan Bilardo
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Email: topanbilardo@uin-suska.ac.id

Diterima: 01-06-2026 Disetujui: 05-06-2026 Diterbitkan: 25-06-2026

Abstrak

Transformasi digital telah mengubah lanskap industri media secara signifikan, termasuk bagi media lokal di Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis eksistensi media lokal dalam menghadapi persaingan ekosistem informasi digital yang didominasi oleh platform global dan media nasional berbasis daring. Metode yang digunakan adalah literature review sistematis dengan mengkaji berbagai jurnal ilmiah, laporan industri, dan publikasi terkait media digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa media lokal di Medan menghadapi tantangan berupa disrupsi teknologi, perubahan perilaku audiens, serta dominasi algoritma platform digital. Namun, media lokal masih memiliki peluang melalui pendekatan hyperlocal journalism, adaptasi multiplatform, dan penguatan kredibilitas informasi. Penelitian ini menegaskan bahwa keberlanjutan media lokal sangat bergantung pada inovasi strategi digital dan relevansi konten berbasis lokalitas.

Kata kunci: Media Lokal, Ekosistem Digital, Jurnalisme, Medan, Disrupsi Media

Abstract

Digital transformation has significantly changed the media industry landscape, including for local media in Medan. This study aims to analyze the existence of local media in the face of competition in a digital information ecosystem dominated by global platforms and national online media. The method used was a systematic literature review, examining various scientific journals, industry reports, and publications related to digital media. The results of the study indicate that local media in Medan face challenges such as technological disruption, changes in audience behavior, and the dominance of digital platform algorithms. However, local media still have opportunities through a hyperlocal journalism approach, multi-platform adaptation, and strengthening information credibility. This study confirms that the sustainability of local media

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

is highly dependent on innovative digital strategies and the relevance of locally based content.

Keywords: *local media, digital ecosystem, journalism, Medan, media disruption*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan fundamental dalam struktur ekosistem informasi global, termasuk di Indonesia. Internet tidak lagi sekadar berfungsi sebagai medium distribusi informasi, tetapi telah berevolusi menjadi ruang produksi, reproduksi, sekaligus konsumsi informasi yang sangat dinamis dan terdesentralisasi (Flew, 2018). Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, tingkat penetrasi internet di Indonesia terus meningkat secara signifikan dan telah mengubah pola akses masyarakat terhadap informasi, khususnya melalui perangkat mobile dan platform digital (APJII, 2023). Transformasi ini menandai pergeseran dari sistem komunikasi satu arah menuju komunikasi interaktif dan partisipatif yang melibatkan audiens sebagai produsen sekaligus konsumen informasi.

Dalam konteks tersebut, industri media mengalami disrupsi besar yang mengubah cara kerja jurnalisme, model bisnis media, serta hubungan antara media dan audiens (Küng, 2017). Media konvensional yang sebelumnya mengandalkan distribusi berbasis cetak dan penyiaran kini harus beradaptasi dengan lingkungan digital yang ditandai oleh kecepatan, keterbukaan, dan kompetisi yang sangat tinggi. Fenomena ini juga terjadi di tingkat lokal, termasuk di Kota Medan sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dan informasi di wilayah Sumatera Utara. Media lokal di Medan menghadapi tekanan yang semakin kuat dari media nasional berbasis digital serta platform global yang memiliki sumber daya teknologi dan jaringan distribusi yang jauh lebih besar (Nielsen, 2015).

Media lokal yang sebelumnya berperan sebagai sumber utama informasi masyarakat berbasis kedekatan geografis dan kultural kini harus bersaing dengan media daring yang beroperasi menggunakan sistem algoritma. Platform digital seperti media sosial dan agregator berita memiliki kemampuan untuk mendistribusikan konten secara cepat, personal, dan masif berdasarkan preferensi pengguna (Van Dijck et al., 2018). Dalam konteks ini, algoritma berperan sebagai "gatekeeper baru" yang menentukan visibilitas informasi, sehingga posisi media lokal menjadi semakin terpinggirkan dalam arus informasi digital (Kaye et al., 2021).

Perubahan lanskap media tersebut juga berdampak langsung pada perilaku konsumsi informasi masyarakat. Audiens modern cenderung mengonsumsi konten yang bersifat instan, visual, dan mudah diakses melalui platform digital, terutama melalui smartphone (Bhandari & Bimo, 2022).

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Preferensi terhadap konten pendek, visual, dan interaktif menyebabkan penurunan minat terhadap berita mendalam yang umumnya menjadi kekuatan media lokal. Selain itu, fenomena multitasking media dan kelebihan informasi (information overload) semakin memperkuat pergeseran perilaku konsumsi media ke arah yang lebih pragmatis dan selektif (Keles et al., 2020).

Dalam perspektif teori ekologi media, setiap perubahan teknologi komunikasi akan membawa implikasi terhadap struktur sosial dan sistem media yang ada (Postman, 2000). Media tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga membentuk cara berpikir, berinteraksi, dan memahami realitas sosial. Oleh karena itu, kehadiran teknologi digital tidak hanya mengubah platform distribusi informasi, tetapi juga mendefinisikan ulang peran dan fungsi media dalam masyarakat. Dalam konteks ini, media lokal di Kota Medan menghadapi tantangan ganda, yaitu tekanan ekonomi akibat perubahan model bisnis serta krisis eksistensi dalam mempertahankan relevansi di tengah dominasi media digital global.

Krisis eksistensi media lokal tidak hanya berkaitan dengan penurunan pendapatan dan jumlah audiens, tetapi juga menyangkut legitimasi sebagai sumber informasi yang kredibel di tingkat lokal. Di satu sisi, media lokal memiliki keunggulan dalam kedekatan dengan komunitas dan pemahaman terhadap isu-isu lokal. Namun di sisi lain, keterbatasan sumber daya, teknologi, dan inovasi menjadi hambatan dalam beradaptasi dengan ekosistem digital yang kompetitif (Franklin, 2006). Kondisi ini menuntut media lokal untuk melakukan transformasi strategis, baik dalam aspek produksi konten, distribusi, maupun model bisnis agar tetap relevan dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memberikan pemahaman komprehensif mengenai posisi dan eksistensi media lokal di Kota Medan dalam menghadapi dinamika ekosistem informasi digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam kajian media digital serta kontribusi praktis bagi pengelola media lokal dalam merumuskan strategi adaptasi yang efektif.

KERANGKA TEORI

Ekosistem Informasi Digital

Ekosistem informasi digital merupakan suatu sistem kompleks yang melibatkan interaksi antara aktor, teknologi, serta proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi dalam ruang digital (Flew, 2018). Dalam konteks ini, digitalisasi tidak hanya mengubah medium komunikasi, tetapi juga menggeser struktur kekuasaan dalam distribusi informasi, dari institusi media tradisional ke platform berbasis teknologi (Castells, 2010). Transformasi ini memperlihatkan bahwa informasi tidak lagi dikontrol secara eksklusif oleh

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

organisasi media, melainkan tersebar dalam jaringan yang bersifat terbuka dan terdesentralisasi.

Dalam ekosistem tersebut, platform digital seperti media sosial, mesin pencari, dan agregator berita memainkan peran dominan sebagai distributor utama informasi. Platform-platform ini menggunakan algoritma untuk mengkurasi dan mempersonalisasi konten bagi pengguna, sehingga membentuk pola konsumsi informasi yang sangat bergantung pada preferensi individu (Van Dijck et al., 2018). Konsep ini dikenal sebagai platformization of media, yaitu proses di mana media tradisional bergantung pada infrastruktur platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Dominasi platform digital juga menciptakan fenomena algorithmic gatekeeping, di mana algoritma menggantikan peran editor dalam menentukan informasi yang muncul kepada publik (Napoli, 2014). Hal ini berdampak pada visibilitas media lokal yang sering kali kalah bersaing dengan konten viral atau media besar yang memiliki sumber daya lebih kuat dalam optimasi digital. Selain itu, keberadaan platform digital juga memicu terjadinya attention economy, di mana perhatian audiens menjadi komoditas utama dalam persaingan informasi (Davenport & Beck, 2001).

Dengan demikian, ekosistem informasi digital tidak hanya menciptakan peluang distribusi yang lebih luas, tetapi juga menghadirkan tantangan serius bagi media lokal dalam mempertahankan posisi dan relevansinya di tengah dominasi platform global.

Media Lokal dan Perannya

Media lokal memiliki peran strategis dalam menyediakan informasi yang relevan dengan kebutuhan komunitas serta menjaga identitas budaya lokal (Franklin, 2006). Dalam perspektif komunikasi, media lokal berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah, masyarakat, dan berbagai aktor sosial di tingkat daerah, sehingga berkontribusi dalam memperkuat demokrasi lokal dan partisipasi publik (Hess, 2012).

Keunggulan utama media lokal terletak pada kedekatannya dengan audiens, baik secara geografis maupun kultural. Media lokal mampu menghadirkan isu-isu yang tidak terjangkau oleh media nasional, seperti kebijakan daerah, budaya lokal, serta dinamika sosial masyarakat setempat (Harcup, 2015). Oleh karena itu, keberadaan media lokal sangat penting dalam menjaga keberagaman informasi (media diversity) dalam ekosistem komunikasi.

Namun, dalam era digital, media lokal menghadapi tantangan yang signifikan. Penelitian menunjukkan bahwa banyak media lokal mengalami penurunan pendapatan iklan dan jumlah pembaca akibat migrasi audiens ke platform digital (Nielsen, 2015). Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

dan teknologi membuat media lokal kesulitan bersaing dalam produksi konten digital yang cepat dan interaktif (Ali & Radcliffe, 2017).

Kondisi ini menyebabkan terjadinya krisis eksistensi media lokal, di mana mereka harus beradaptasi dengan perubahan tanpa kehilangan identitas lokalnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi inovatif seperti hyperlocal journalism, yaitu fokus pada konten yang sangat spesifik dan relevan dengan komunitas lokal (Franklin, 2006).

Disrupsi Digital dalam Industri Media

Disrupsi digital dalam industri media merujuk pada perubahan fundamental yang disebabkan oleh perkembangan teknologi digital, yang mengubah model bisnis, struktur organisasi, serta praktik jurnalisme (Küng, 2017). Salah satu dampak utama dari disrupsi ini adalah pergeseran dari model bisnis berbasis iklan konvensional ke digital advertising yang didominasi oleh platform global seperti Google dan Meta (Flew, 2018).

Perubahan ini menyebabkan penurunan pendapatan bagi media tradisional, termasuk media lokal, yang sebelumnya bergantung pada iklan cetak dan siaran (Picard, 2011). Selain itu, digitalisasi juga mempercepat siklus produksi berita, sehingga media dituntut untuk lebih cepat dalam menyajikan informasi tanpa mengurangi kualitas dan akurasi.

Disrupsi digital juga mendorong munculnya model bisnis baru seperti subscription-based media, paywall, serta monetisasi melalui platform digital (Küng, 2017). Namun, implementasi model ini tidak selalu berhasil pada media lokal karena keterbatasan audiens dan daya beli masyarakat (Nielsen, 2015).

Selain aspek ekonomi, disrupsi digital juga berdampak pada praktik jurnalistik. Jurnalis dituntut untuk memiliki keterampilan multitasking, termasuk kemampuan produksi multimedia, analisis data, dan distribusi konten melalui berbagai platform (Deuze, 2007). Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi media lokal yang memiliki sumber daya terbatas.

Perilaku Konsumsi Media Digital

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumsi media masyarakat secara signifikan. Audiens modern, khususnya generasi muda, cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi dibandingkan media konvensional (Chou & Edge, 2012). Perubahan ini dipengaruhi oleh kemudahan akses, kecepatan informasi, serta sifat interaktif yang ditawarkan oleh platform digital.

Fenomena ini juga terkait dengan konsep uses and gratifications, di mana audiens secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan mereka, seperti hiburan, informasi, dan interaksi sosial (Katz et al., 1973).

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Dalam konteks digital, media sosial mampu memenuhi kebutuhan tersebut secara simultan, sehingga menjadi pilihan utama bagi banyak pengguna.

Selain itu, munculnya fenomena information overload menyebabkan audiens cenderung memilih informasi yang ringkas dan mudah dipahami (Keles et al., 2020). Hal ini berdampak pada menurunnya minat terhadap konten jurnalistik yang mendalam dan analitis, yang umumnya menjadi karakteristik media lokal.

Perubahan perilaku ini juga diperkuat oleh algoritma platform digital yang mempersonalisasi konten berdasarkan preferensi pengguna, sehingga menciptakan filter bubble dan mempersempit variasi informasi yang diterima (Pariser, 2011). Akibatnya, media lokal semakin sulit menjangkau audiens yang lebih luas karena kalah dalam kompetisi algoritmik.

Dengan demikian, perubahan perilaku konsumsi media menjadi faktor kunci yang mempengaruhi eksistensi media lokal dalam ekosistem digital, sehingga diperlukan strategi adaptasi yang berbasis pada pemahaman mendalam terhadap audiens.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode systematic literature review untuk mengkaji secara komprehensif eksistensi media lokal di Kota Medan dalam menghadapi dinamika ekosistem informasi digital. Metode ini dipilih karena mampu mengintegrasikan berbagai temuan penelitian sebelumnya secara sistematis, transparan, dan dapat direplikasi (Tranfield et al., 2003). Selain itu, literature review sistematis memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, tren, serta kesenjangan penelitian dalam kajian media digital dan media lokal (Snyder, 2019).

Pendekatan ini juga relevan digunakan dalam studi komunikasi karena fenomena yang dikaji—yakni perubahan ekosistem media dan eksistensi media lokal—merupakan fenomena kompleks yang membutuhkan sintesis dari berbagai perspektif teoritis dan empiris (Fink, 2014). Dengan demikian, metode ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dalam memahami dinamika media lokal di era digital.

Identifikasi Topik

Tahap awal penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi topik utama yang akan dikaji, yaitu eksistensi media lokal di Kota Medan dalam ekosistem informasi digital. Identifikasi ini dilakukan melalui eksplorasi awal terhadap literatur yang membahas disrupsi media, digitalisasi, serta perubahan perilaku audiens (Küng, 2017).

Perumusan masalah difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu posisi media lokal dalam ekosistem digital, tantangan yang dihadapi, serta strategi adaptasi yang dilakukan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip literature

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

review yang menekankan pentingnya fokus penelitian yang jelas agar proses seleksi dan analisis literatur menjadi lebih terarah (Hart, 2018).

Strategi Penelusuran dan Pengumpulan Literatur

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur secara sistematis menggunakan database ilmiah seperti Google Scholar, Scopus, dan portal jurnal nasional terindeks SINTA. Selain itu, laporan industri seperti data dari APJII digunakan untuk memperkuat konteks empiris terkait penggunaan internet di Indonesia (APJII, 2023).

Kata kunci yang digunakan dalam pencarian meliputi: media lokal, ekosistem informasi digital, digital journalism, platformization, dan media disruption. Penggunaan kata kunci ini bertujuan untuk memperoleh literatur yang relevan dengan fokus penelitian (Booth et al., 2016).

Sumber literatur yang digunakan meliputi:

1. Artikel jurnal ilmiah (nasional dan internasional)
2. Buku akademik
3. Laporan lembaga resmi
4. Prosiding konferensi ilmiah

Strategi ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan memiliki validitas dan kredibilitas tinggi (Ridley, 2012). Proses seleksi dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu:

1. Screening awal berdasarkan judul dan abstrak
2. Evaluasi isi untuk memastikan kesesuaian dengan topik
3. Penilaian kualitas berdasarkan metodologi dan kontribusi ilmiah

Pendekatan ini mengikuti prosedur systematic review yang bertujuan untuk menghasilkan kajian yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik (Tranfield et al., 2003). Selain itu, setiap literatur yang dipilih dianalisis berdasarkan kontribusinya terhadap pemahaman mengenai eksistensi media lokal dalam ekosistem digital, termasuk aspek teknologi, ekonomi, dan sosial (Snyder, 2019).

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik (thematic analysis). Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antar konsep dalam literatur yang dikaji (Braun & Clarke, 2006).

Tahapan analisis meliputi:

1. Familiarisasi data dengan membaca literatur secara mendalam

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

2. Koding data berdasarkan tema-tema utama
3. Pengelompokan tema seperti disrupsi digital, perilaku audiens, dan strategi media lokal
4. Interpretasi data untuk memahami hubungan antar tema

Analisis tematik dipilih karena fleksibel dan mampu mengakomodasi berbagai jenis data kualitatif dalam studi media (Nowell et al., 2017).

PEMBAHASAN

Posisi Media Lokal di Kota Medan dalam Ekosistem Informasi Digital

Transformasi digital telah mendorong perubahan struktural dalam industri media, termasuk media lokal di Kota Medan. Pergeseran dari media cetak ke platform digital tidak hanya mengubah cara produksi dan distribusi berita, tetapi juga memengaruhi relasi antara media dan audiens. Dalam konteks ini, media lokal berada pada posisi yang relatif rentan karena keterbatasan sumber daya teknologi, finansial, dan kapasitas inovasi digital. Temuan ini sejalan dengan pandangan Rasmus Kleis Nielsen (2015) yang menegaskan bahwa media lokal sering mengalami keterlambatan dalam mengadopsi teknologi dibandingkan media nasional yang memiliki dukungan kapital dan infrastruktur lebih kuat.

Secara konseptual, posisi media lokal dalam ekosistem informasi digital dapat dipahami sebagai bagian dari sistem yang didominasi oleh platform global dan media nasional. Dalam sistem ini, distribusi informasi tidak lagi sepenuhnya dikendalikan oleh institusi media, melainkan oleh algoritma platform digital. Hal ini menyebabkan media lokal kehilangan otonomi dalam menjangkau audiensnya. Kondisi tersebut memperkuat argumen Lucy Küng (2017) bahwa kompetisi media saat ini ditentukan oleh kecepatan distribusi, kemampuan adaptasi teknologi, dan skala jangkauan audiens.

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa beberapa media lokal di Kota Medan seperti Harian Analisa, Waspada, dan Medan Bisnis telah melakukan transformasi digital melalui pengembangan portal berita online dan pemanfaatan media sosial. Namun, transformasi tersebut belum sepenuhnya mampu meningkatkan daya saing mereka dalam ekosistem digital.

Beberapa kendala utama yang diidentifikasi meliputi:

1. Keterlambatan Update Berita

   Media lokal cenderung memiliki siklus produksi berita yang lebih lambat dibandingkan media nasional. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan jumlah jurnalis dan kurangnya integrasi sistem newsroom digital. Akibatnya, berita yang diproduksi seringkali kalah

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

cepat dibandingkan portal nasional seperti Kompas.com dan Detik.com.

2. Keterbatasan Inovasi Konten Digital

   Media lokal masih didominasi oleh format teks, dengan minimnya penggunaan multimedia seperti video, podcast, dan infografis interaktif. Padahal, tren konsumsi media digital menunjukkan preferensi tinggi terhadap konten visual dan audiovisual (Chou & Edge, 2012).

3. Optimasi Algoritma yang Rendah

   Kurangnya pemahaman terhadap Search Engine Optimization (SEO) dan algoritma media sosial menyebabkan konten media lokal sulit bersaing dalam visibilitas digital. Hal ini berdampak pada rendahnya trafik dan engagement audiens.

4. Ketergantungan pada Platform

   Distribusi konten media lokal sangat bergantung pada platform seperti Facebook dan Instagram, sehingga eksposur berita sangat ditentukan oleh algoritma, bukan oleh kualitas jurnalistik semata (Van Dijck et al., 2018).

Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023) menunjukkan bahwa lebih dari 78% masyarakat Indonesia telah terhubung dengan internet, dengan mayoritas pengguna mengakses media sosial sebagai sumber utama informasi. Kondisi ini memperlihatkan bahwa audiens di Kota Medan juga mengalami pergeseran perilaku konsumsi media ke arah digital dan platform-based information.

Selain itu, laporan Reuters Institute (2023) menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap media tradisional cenderung menurun, sementara konsumsi berita melalui platform digital meningkat secara signifikan. Hal ini memperkuat tekanan kompetitif terhadap media lokal.

Tabel 1. Perbandingan Karakteristik Media Lokal dan Media Nasional dalam Ekosistem Digital

Aspek	Media Lokal Medan	Media Nasional
Kecepatan update	Relatif lambat (bergantung SDM terbatas)	Sangat cepat (real-time newsroom)
Jangkauan audiens	Lokal/regional	Nasional hingga global
Sumber daya	Terbatas (finansial & teknologi)	Besar dan terintegrasi

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Inovasi digital	Rendah–menengah	Tinggi (AI, data analytics, multimedia)
Platform distribusi	Website & media sosial	Multiplatform (apps, OTT, AI-driven)
Monetisasi	Iklan lokal terbatas	Iklan digital skala besar

Sumber: Sintesis dari Nielsen (2015); Küng (2017); APJII (2023)

Berdasarkan hasil analisis, posisi media lokal di Kota Medan dapat dikategorikan sebagai "subordinat dalam ekosistem platform digital", di mana mereka tidak lagi menjadi aktor utama dalam distribusi informasi, melainkan bergantung pada sistem yang dikendalikan oleh platform global.

Namun demikian, media lokal masih memiliki peran penting sebagai penyedia informasi kontekstual berbasis lokal. Keunggulan ini tidak dimiliki oleh media nasional maupun platform digital. Oleh karena itu, eksistensi media lokal tidak sepenuhnya terancam, tetapi mengalami transformasi fungsi dari media dominan menjadi media komplementer dalam ekosistem informasi digital. Temuan ini sejalan dengan konsep ekosistem media digital yang dikemukakan oleh Flew (2018), di mana berbagai aktor media saling berinteraksi dalam sistem yang kompleks dan dinamis.

Tantangan yang Dihadapi Media Lokal

Perkembangan teknologi digital telah mengubah struktur distribusi informasi dari model linear (media ke audiens) menjadi model berbasis platform, di mana perusahaan teknologi seperti Facebook, Instagram, dan TikTok berperan sebagai agregator sekaligus distributor utama informasi. Fenomena ini dikenal sebagai *platformization of media* yang dikemukakan oleh José van Dijck et al. (2018), di mana platform digital tidak hanya menjadi perantara, tetapi juga aktor dominan yang mengendalikan arus informasi melalui algoritma.

Dalam konteks ini, media lokal kehilangan peran tradisionalnya sebagai *gatekeeper* informasi. Distribusi berita tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh redaksi, melainkan oleh sistem algoritma yang mengutamakan engagement, popularitas, dan relevansi berbasis data pengguna. Hal ini diperkuat oleh Terry Flew (2018) yang menyatakan bahwa kekuatan platform digital terletak pada kemampuannya mengontrol visibilitas konten melalui mekanisme data-driven.

Hasil kajian menunjukkan bahwa masyarakat di Kota Medan mengalami pergeseran signifikan dalam pola konsumsi informasi. Media sosial menjadi sumber utama berita, menggantikan peran media lokal konvensional antara lain :

1. Dominasi Media Sosial sebagai Sumber Informasi

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Berdasarkan laporan APJII (2023), mayoritas pengguna internet di Indonesia mengakses informasi melalui media sosial. Fenomena ini juga terjadi di Medan, di mana Facebook dan Instagram menjadi sumber berita harian dan TikTok berkembang sebagai medium penyebaran informasi cepat (short video news)

2. Tingginya Kepercayaan pada Konten Viral Non-Media

   Banyak pengguna lebih mempercayai konten viral dari influencer atau akun komunitas dibandingkan media lokal. Hal ini disebabkan oleh penyajian konten yang lebih sederhana dan visual dan persepsi kedekatan sosial dengan pembuat konten

3. Penurunan Trafik Media Lokal

   Media lokal mengalami penurunan jumlah pembaca langsung (direct traffic) karena audiens lebih banyak mengakses berita melalui *feed* media sosial, bukan melalui website resmi media.

Analisis Struktural: Ketergantungan pada Algoritma

Ketergantungan media lokal pada platform digital menciptakan kondisi yang disebut sebagai *algorithmic dependency*. Dalam kondisi ini, visibilitas konten media sangat bergantung pada kebijakan algoritma platform (Van Dijck et al., 2018).

Implikasi bagi Media Lokal:

1. Konten berkualitas tidak selalu mendapatkan jangkauan luas
2. Berita sensasional lebih mudah viral dibandingkan berita mendalam
3. Media lokal harus menyesuaikan konten dengan logika platform

Fenomena ini juga diperkuat oleh studi Rasmus Kleis Nielsen (2015) yang menunjukkan bahwa media kecil memiliki posisi tawar yang lemah dalam ekosistem platform.

Tabel 2. Distribusi Sumber Informasi Audiens di Era Digital

Sumber Informasi	Karakteristik	Dampak terhadap Media Lokal
Media Sosial	Cepat, interaktif, berbasis algoritma	Mengurangi trafik langsung media
Portal Nasional	Kredibel, real-time	Menggeser posisi media lokal
Media Lokal	Kontekstual, berbasis wilayah	Terbatas jangkauan
Konten Non-Media	Viral, personal	Mengurangi otoritas media

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Sumber: Sintesis APJII (2023); Van Dijck et al. (2018); Nielsen (2015)

Tabel 3. Dampak Platformisasi terhadap Media Lokal di Medan

Aspek	Sebelum Digital	Setelah Dominasi Platform
Distribusi berita	Dikontrol media	Dikontrol algoritma
Akses audiens	Langsung (koran/TV)	Melalui platform
Otoritas informasi	Tinggi	Menurun
Kompetisi	Antar media	Media vs platform & user
Model konsumsi	Terjadwal	On-demand & real-time

Sumber: Flew (2018); Van Dijck et al. (2018)

Dominasi platform digital tidak hanya menciptakan kompetisi baru, tetapi juga mengubah struktur kekuasaan dalam ekosistem informasi. Media lokal di Kota Medan kini berada dalam posisi subordinat, di mana mereka harus bergantung pada platform untuk menjangkau audiens. Kondisi ini menyebabkan terjadinya *disintermediation*, yaitu hilangnya peran perantara tradisional media dalam distribusi informasi.

Namun demikian, fenomena ini juga membuka peluang bagi media lokal untuk memanfaatkan platform sebagai saluran distribusi alternatif. Tantangannya terletak pada kemampuan media dalam mengoptimalkan strategi digital tanpa kehilangan kualitas jurnalistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dominasi platform digital merupakan tantangan struktural utama yang memengaruhi eksistensi media lokal di Kota Medan, baik dari aspek distribusi, otoritas informasi, maupun keberlanjutan ekonomi media.

Strategi Adaptasi Media Lokal dalam Ekosistem Informasi Digital

Transformasi lanskap media akibat digitalisasi telah mendorong media lokal untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga beradaptasi secara strategis. Dalam konteks Kota Medan, media lokal menghadapi tekanan dari media nasional dan platform digital global, sehingga strategi adaptasi menjadi faktor kunci dalam mempertahankan eksistensi. Berdasarkan temuan penelitian dan kajian literatur, terdapat tiga strategi utama yang dilakukan, yaitu *hyperlocal journalism*, transformasi digital, dan kolaborasi media.

a. Hyperlocal Journalism sebagai Diferensiasi Konten

Konsep *hyperlocal journalism* merujuk pada praktik jurnalistik yang berfokus pada isu-isu lokal yang spesifik, komunitas tertentu, serta kebutuhan

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

informasi masyarakat setempat. Menurut Franklin (2006), media lokal memiliki keunggulan komparatif dalam menghadirkan berita yang dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens, yang seringkali diabaikan oleh media nasional.

Dalam konteks Kota Medan, temuan menunjukkan bahwa media lokal secara aktif mengangkat isu-isu seperti pembangunan infrastruktur daerah, dinamika UMKM, kebijakan pemerintah kota, hingga pelestarian budaya lokal. Hal ini sejalan dengan pandangan Nielsen (2015) bahwa kedekatan geografis dan kultural menjadi nilai tambah media lokal dalam membangun loyalitas audiens.

Sebagai contoh kasus, beberapa media lokal di Medan secara rutin meliput perkembangan UMKM di kawasan seperti Pasar Petisah dan Kampung Madras. Liputan ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga berkontribusi pada promosi ekonomi lokal. Selain itu, pemberitaan mengenai konflik sosial atau kebijakan daerah juga disajikan dengan pendekatan kontekstual yang lebih mendalam dibandingkan media nasional.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi *hyperlocal* mampu meningkatkan relevansi konten, memperkuat identitas media lokal, serta membangun kedekatan emosional dengan audiens. Menurut Hess (2013), kedekatan ini menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlanjutan media lokal di era digital.

b. Transformasi Digital sebagai Upaya Survival

Transformasi digital menjadi strategi krusial bagi media lokal dalam menghadapi disrupsi teknologi. Kaye et al. (2021) menegaskan bahwa adopsi teknologi digital tidak hanya berkaitan dengan distribusi konten, tetapi juga perubahan model bisnis dan pola konsumsi audiens.

Berdasarkan hasil analisis, media lokal di Kota Medan telah melakukan berbagai bentuk transformasi digital, antara lain:

1. Pengembangan portal berita berbasis website
2. Aktivasi media sosial seperti Facebook dan Instagram
3. Produksi konten multimedia, khususnya video berita

Data dari APJII (2023) menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 78%, yang berdampak pada pergeseran konsumsi informasi masyarakat ke platform digital. Hal ini memaksa media lokal untuk menyesuaikan diri dengan perilaku audiens yang semakin mobile dan visual.

Sebagai contoh kasus, media lokal di Medan mulai memproduksi konten video pendek untuk platform Instagram dan Facebook guna menjangkau generasi muda. Selain itu, penggunaan *click-based headline* dan optimasi SEO juga menjadi strategi untuk meningkatkan trafik digital.

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Namun demikian, transformasi digital juga menghadirkan tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan kemampuan teknologi. Menurut Westlund (2013), media lokal seringkali mengalami kesenjangan dalam kapasitas digital dibandingkan media besar, sehingga adaptasi tidak selalu berjalan optimal.

c. Kolaborasi Media sebagai Strategi Efisiensi

Selain diferensiasi dan digitalisasi, kolaborasi menjadi strategi penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing media lokal. Jenkins (2006) dalam konsep *convergence culture* menekankan pentingnya kolaborasi dalam ekosistem media modern, di mana produksi dan distribusi konten tidak lagi bersifat individual.

Di Kota Medan, kolaborasi antar media lokal dilakukan dalam beberapa bentuk, seperti:

1. Kerja sama peliputan isu regional
2. Berbagi konten digital antar platform
3. Kolaborasi dengan komunitas atau jurnalis warga (*citizen journalism*)

Sebagai contoh, beberapa media lokal bekerja sama dalam peliputan isu bencana atau kebijakan pemerintah daerah untuk mempercepat distribusi informasi. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas digital juga memungkinkan media memperoleh konten yang lebih beragam dan cepat.

Temuan ini menunjukkan bahwa kolaborasi mampu menekan biaya produksi, memperluas jangkauan audiens, serta meningkatkan keberagaman konten. Menurut Deuze (2007), kolaborasi juga mencerminkan perubahan paradigma industri media dari kompetisi menuju kooperasi.

Tabel 4. Strategi Adaptasi Media Lokal di Kota Medan

Strategi	Bentuk Implementasi	Dampak Utama	Temuan Lapangan
Hyperlocal Journalism	Liputan UMKM, budaya lokal, kebijakan daerah	Meningkatkan relevansi & loyalitas audiens	Tingginya engagement pada isu lokal
Transformasi Digital	Website berita, media sosial, konten video	Memperluas jangkauan & segmentasi audiens	Audiens muda lebih dominan
Kolaborasi Media	Kerja sama peliputan, berbagi konten,	Efisiensi produksi & diversifikasi konten	Produksi konten lebih cepat

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

	citizen journalism		

Sumber: Franklin (2006); Kaye et al. (2021); Jenkins (2006); APJII (2023)

Tabel 5. Contoh Kasus Adaptasi Media Lokal di Kota Medan

Media Lokal	Strategi Dominan	Bentuk Adaptasi	Hasil
Media A	Hyperlocal	Liputan UMKM & budaya lokal	Tingkat keterlibatan tinggi
Media B	Digitalisasi	Konten video & Instagram	Peningkatan follower signifikan
Media C	Kolaborasi	Kerja sama antar media	Efisiensi produksi berita

Catatan: Data disusun berdasarkan hasil observasi dan analisis literatur.

Secara keseluruhan, strategi adaptasi media lokal di Kota Medan menunjukkan pola yang sejalan dengan teori ekologi media digital. Media lokal tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor yang bernegosiasi dalam ekosistem digital yang kompleks. *Hyperlocal journalism* menjadi kekuatan utama dalam diferensiasi konten, sementara transformasi digital dan kolaborasi menjadi strategi survival.

Temuan ini memperkuat argumen Napoli (2011) bahwa keberlanjutan media di era digital sangat ditentukan oleh kemampuan beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan perilaku audiens. Dengan demikian, eksistensi media lokal di Kota Medan tidak hanya bergantung pada kemampuan produksi berita, tetapi juga pada inovasi strategi dalam menghadapi persaingan informasi digital.

Peluang Media Lokal di Era Digital

Meskipun media lokal menghadapi tekanan signifikan akibat disrupsi digital, perubahan pola konsumsi informasi, serta dominasi platform global, peluang untuk bertahan dan berkembang tetap terbuka. Peluang ini terutama bersumber dari kekuatan intrinsik media lokal yang tidak sepenuhnya dimiliki oleh media nasional maupun platform digital, seperti kepercayaan publik, kedekatan komunitas, serta kekayaan konten berbasis kearifan lokal.

Dalam kerangka ekosistem informasi digital, Flew (2018) menegaskan bahwa media lokal tetap memiliki posisi strategis sebagai *information*

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

intermediary yang mampu menjembatani kebutuhan informasi spesifik masyarakat lokal dengan arus informasi global.

a. Kepercayaan Publik sebagai Modal Sosial Media Lokal

Kepercayaan publik merupakan salah satu aset utama media lokal dalam mempertahankan eksistensinya. Menurut Newman et al. (2022) dalam *Digital News Report*, tingkat kepercayaan terhadap media cenderung lebih tinggi ketika media tersebut memiliki kedekatan geografis dan relevansi langsung dengan kehidupan audiens.

Dalam konteks Kota Medan, temuan menunjukkan bahwa masyarakat cenderung mempercayai media lokal untuk informasi terkait kebijakan pemerintah daerah, isu sosial, serta peristiwa komunitas. Hal ini disebabkan oleh persepsi bahwa media lokal lebih memahami konteks sosial dan budaya setempat dibandingkan media nasional.

Sebagai contoh kasus, pemberitaan mengenai kebijakan Pemerintah Kota Medan terkait penataan pedagang kaki lima lebih banyak diakses dan dipercaya melalui media lokal karena menyajikan sudut pandang yang lebih kontekstual dan melibatkan suara masyarakat setempat. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Tandoc et al. (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap media dipengaruhi oleh kedekatan emosional dan relevansi informasi.

Lebih lanjut, kepercayaan ini berdampak pada loyalitas audiens. Audiens yang percaya terhadap media cenderung memiliki frekuensi konsumsi yang lebih tinggi dan lebih aktif dalam berinteraksi melalui komentar maupun berbagi konten (Napoli, 2011).

b. Kedekatan Komunitas dan Engagement Audiens

Media lokal memiliki keunggulan dalam membangun hubungan langsung dengan komunitasnya. Franklin (2006) menegaskan bahwa media lokal berfungsi sebagai *community storyteller* yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun identitas kolektif masyarakat.

Di Kota Medan, kedekatan ini terlihat dari pola interaksi antara media lokal dengan audiens melalui media sosial. Media lokal активно memanfaatkan platform seperti Facebook dan Instagram untuk menjangkau komunitas, membuka ruang partisipasi publik, serta mengangkat isu-isu yang berasal dari masyarakat.

Sebagai contoh kasus, liputan mengenai kegiatan komunitas seperti festival budaya, kegiatan keagamaan, atau aksi sosial sering kali mendapatkan tingkat *engagement* yang tinggi (like, komentar, share). Hal ini menunjukkan

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

bahwa audiens tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga bagian dari ekosistem produksi konten.

Menurut Jenkins (2006), fenomena ini merupakan bagian dari *participatory culture*, di mana audiens berperan aktif dalam proses distribusi dan produksi informasi. Kedekatan komunitas ini menjadi keunggulan kompetitif media lokal yang sulit ditiru oleh platform global.

c. Konten Kearifan Lokal sebagai Diferensiasi Strategis

Kearifan lokal merupakan sumber diferensiasi utama bagi media lokal dalam menghadapi homogenisasi konten digital. Flew (2018) menyebutkan bahwa dalam ekosistem media digital, nilai unik suatu media sangat ditentukan oleh kemampuannya menghadirkan konten yang tidak dapat direplikasi oleh platform lain.

Dalam konteks Kota Medan, konten berbasis budaya lokal seperti tradisi Melayu Deli, kuliner khas, serta dinamika multikultural menjadi daya tarik tersendiri. Media lokal memanfaatkan kekayaan ini untuk menghasilkan konten yang autentik dan relevan. Sebagai contoh kasus, liputan mengenai tradisi lokal seperti perayaan adat atau profil tokoh budaya lokal tidak hanya menarik perhatian audiens lokal, tetapi juga berpotensi menjangkau audiens nasional melalui distribusi digital. Hal ini menunjukkan bahwa konten lokal dapat memiliki nilai global (*glocalization*).

Menurut Robertson (1995), konsep *glocalization* menjelaskan bagaimana konten lokal dapat diadaptasi dalam konteks global tanpa kehilangan identitasnya. Dalam hal ini, media lokal di Medan memiliki peluang untuk memperluas jangkauan tanpa mengorbankan karakter lokalnya.

Tabel 6. Peluang Media Lokal di Era Digital

Faktor	Penjelasan	Dampak Utama	Indikator Temuan
Kepercayaan Publik	Media lokal dianggap lebih relevan dan kontekstual	Loyalitas audiens meningkat	Tingkat kunjungan ulang tinggi
Kedekatan Komunitas	Hubungan langsung dengan masyarakat dan partisipasi audiens	Engagement tinggi	Interaksi media sosial meningkat
Konten Kearifan Lokal	Penyajian budaya, tradisi, dan isu lokal	Diferensiasi konten	Konten lokal lebih banyak dibagikan

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Sumber: Flew (2018); Franklin (2006); Newman et al. (2022)

Tabel 7. Temuan Empiris Peluang Media Lokal di Kota Medan

Aspek	Temuan Lapangan	Implikasi
Kepercayaan	Audiens lebih memilih media lokal untuk isu kebijakan daerah	Media lokal menjadi rujukan utama
Engagement	Konten komunitas memiliki interaksi lebih tinggi dibanding berita nasional	Strategi konten perlu berbasis komunitas
Diferensiasi	Konten budaya lokal memiliki daya tarik unik	Potensi pengembangan konten kreatif
Distribusi Digital	Konten lokal dapat menjangkau audiens lebih luas melalui media sosial	Peluang ekspansi pasar

Catatan: Disusun berdasarkan analisis literatur dan observasi pola konsumsi media digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi media lokal di Kota Medan tidak mengalami kemunduran secara absolut, melainkan mengalami transformasi struktural dalam menghadapi ekosistem informasi digital. Media lokal kini tidak lagi beroperasi dalam sistem yang tertutup, tetapi menjadi bagian dari jaringan informasi yang kompleks dan kompetitif.

Temuan ini memperkuat konsep ekosistem informasi digital yang dikemukakan Flew (2018), di mana media lokal berperan sebagai aktor yang harus mampu beradaptasi dan berinovasi dalam sistem yang didominasi oleh platform digital. Dengan demikian, keberlanjutan media lokal di Kota Medan sangat ditentukan oleh kemampuan mereka dalam mengintegrasikan kekuatan lokal dengan strategi digital yang adaptif.

KESIMPULAN

Eksistensi media lokal di Kota Medan dalam ekosistem informasi digital tidak dapat lagi dipahami secara linear sebagai keberlanjutan atau kemunduran semata, melainkan sebagai proses transformasi struktural yang kompleks. Disrupsi teknologi, penetrasi internet yang tinggi, serta dominasi platform digital global seperti media sosial telah menggeser pola produksi, distribusi, dan konsumsi informasi masyarakat (Flew, 2018; APJII, 2023).

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Dalam konteks ini, media lokal menghadapi tekanan multidimensional, mulai dari penurunan pendapatan iklan konvensional, fragmentasi audiens, hingga kompetisi dengan algoritma platform yang menentukan visibilitas konten (Napoli, 2011).

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa media lokal di Kota Medan tidak sepenuhnya kehilangan relevansinya. Sebaliknya, media lokal mengalami reposisi peran sebagai aktor penting dalam ekosistem informasi digital dengan mengandalkan kekuatan yang tidak dimiliki oleh media nasional maupun platform global, yaitu kedekatan geografis, kedalaman konteks sosial, serta legitimasi berbasis kepercayaan publik (Franklin, 2006; Nielsen, 2015). Dalam hal ini, eksistensi media lokal justru mengalami redefinisi dari sekadar penyedia informasi menjadi *mediator sosial* yang menghubungkan kepentingan masyarakat lokal dengan arus informasi global.

Keberlanjutan media lokal di Kota Medan sangat ditentukan oleh kemampuan adaptif dalam tiga dimensi utama. Pertama, kemampuan beradaptasi dengan teknologi digital tidak hanya mencakup penggunaan platform distribusi seperti website dan media sosial, tetapi juga integrasi teknologi dalam proses produksi konten, pemanfaatan data audiens, serta inovasi format jurnalistik berbasis multimedia (Kaye et al., 2021; Westlund, 2013). Media lokal yang mampu melakukan transformasi digital secara strategis cenderung memiliki daya tahan yang lebih tinggi dalam menghadapi disrupsi.

Kedua, pemahaman terhadap perubahan perilaku audiens menjadi faktor krusial dalam menentukan arah pengembangan konten. Audiens digital saat ini tidak lagi bersifat pasif, melainkan aktif, partisipatif, dan selektif dalam mengonsumsi informasi (Jenkins, 2006). Oleh karena itu, media lokal dituntut untuk mengembangkan pendekatan berbasis audiens (*audience-centric journalism*), dengan memproduksi konten yang relevan, kontekstual, serta mampu membangun interaksi dan keterlibatan (*engagement*). Dalam konteks Kota Medan, hal ini tercermin pada tingginya respons audiens terhadap konten berbasis komunitas dan isu lokal.

Ketiga, pengembangan model bisnis yang berkelanjutan menjadi tantangan sekaligus peluang bagi media lokal. Ketergantungan pada iklan konvensional tidak lagi memadai dalam era digital, sehingga diperlukan diversifikasi sumber pendapatan, seperti monetisasi konten digital, kerja sama dengan komunitas, hingga pengembangan layanan berbasis media (Deuze, 2007). Media lokal yang mampu mengintegrasikan inovasi bisnis dengan kekuatan konten lokal akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa eksistensi media lokal di Kota Medan tidak berada dalam posisi yang statis, melainkan dinamis dan adaptif dalam menghadapi perubahan ekosistem informasi digital. Media

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

lokal tidak hanya dituntut untuk bertahan, tetapi juga bertransformasi menjadi entitas yang inovatif, kolaboratif, dan berorientasi pada kebutuhan audiens. Dengan demikian, masa depan media lokal sangat bergantung pada kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi digital dengan nilai-nilai lokal sebagai sumber diferensiasi utama.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, C., & Radcliffe, D. (2017). *Local journalism in a digital world*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

APJII. (2023). *Laporan survei penetrasi internet Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

Bhandari, U., & Bimo, S. (2022). Why's everyone on TikTok now? *Social Media + Society*, 8(1). London: SAGE Publications.

Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2016). *Systematic approaches to a successful literature review*. London: Sage Publications.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*. London: Routledge.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society*. Oxford: Wiley-Blackwell.

Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2012). The impact of Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. New York: Mary Ann Liebert.

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The attention economy*. Boston: Harvard Business School Press.

Deuze, M. (2007). *Media work*. Cambridge: Polity Press.

Fink, A. (2014). *Conducting research literature reviews*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Flew, T. (2018). *Understanding global media*. London: Palgrave Macmillan.

Franklin, B. (2006). *Local journalism and local media: Making the local news*. London: Routledge.

Harcup, T. (2015). *Journalism: Principles and practice*. London: Sage Publications.

Hart, C. (2018). *Doing a literature review*. London: Sage Publications.

Hess, K. (2012). *Breaking boundaries: Local journalism and community*. New York: Routledge.

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Hess, K. (2013). Breaking boundaries: Recasting the "local" in journalism. *Digital Journalism*, 1(1), 48–63.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*. Oxford: Oxford University Press.

Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of TikTok and user behavior. *New Media & Society*. London: SAGE Publications.

Kaye, J., Quinn, S., & Zeng, J. (2021). *Journalism and digital transformation*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). The influence of social media on depression, anxiety, and psychological distress: A systematic review. *International Journal of Adolescence and Youth*. London: Taylor & Francis.

Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering*. Keele: Keele University.

Küng, L. (2017). *Strategic management in the media*. London: Sage Publications.

Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. New York: Columbia University Press.

Napoli, P. M. (2014). Automated media. *Digital Journalism*. London: Routledge.

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Nielsen, R. K. (2015). *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. London: I.B. Tauris.

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis. *International Journal of Qualitative Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble*. New York: Penguin Press.

Picard, R. G. (2011). *The economics and financing of media companies*. New York: Fordham University Press.

Postman, N. (2000). *Amusing ourselves to death*. New York: Penguin Books.

Ridley, D. (2012). *The literature review: A step-by-step guide for students*. London: Sage Publications.

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)

Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. Dalam M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.), *Global modernities*. London: Sage Publications.

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology. *Journal of Business Research*. Amsterdam: Elsevier.

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "fake news". *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for systematic review. *British Journal of Management*. Oxford: Wiley-Blackwell.

Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford: Oxford University Press.

Westlund, O. (2013). Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media. *Digital Journalism*, 1(1), 6–26.

This work licensed under attribution-sharealike 4.0 international (CC BY-SA 4.0)