



Strategi dan Inovasi dalam Meningkatkan Akses Informasi Publik

(Studi di Kompas TV Medan)

Fariz Aditya¹, Raja Songkup Pratama², Yeni Yolanda Simbolon³, Yuli Indriani Lubis⁴,
Halking⁵

¹⁻⁵ Universitas Negeri Medan, Indonesia

*Penulis Korespondensi: frzdtv.3222411008@mhs.unimed.ac.id

Abstract. This study examines the strategies and digital innovations implemented by Kompas TV Medan in improving public access to information in the digital media ecosystem. Using a qualitative case study approach, the research explores newsroom practices, platform management, multimedia utilization, and data-driven decision-making in content production. The findings show that Kompas TV Medan has adopted a multiplatform newsroom model integrating television and digital content workflows to meet the growing demand for fast, accessible, and interactive information. Each digital platform Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, and X is managed with distinct strategies tailored to audience characteristics. Data analytics guide editorial decisions, while creativity and visual optimization strengthen content engagement without compromising journalistic integrity. However, challenges such as limited digital human resources, uneven internet access, and competition with non-professional news accounts remain significant obstacles. Overall, Kompas TV Medan demonstrates adaptive and innovative capabilities in enhancing public information accessibility while supporting transparency and digital literacy in society.

Keywords: Digital Innovation; Digital Strategy; Information Access; Kompas TV Medan; Public Information.

Abstrak. Penelitian ini menganalisis strategi dan inovasi digital yang diterapkan Kompas TV Medan dalam meningkatkan akses informasi publik di tengah perkembangan ekosistem media digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus, penelitian ini mengkaji praktik kerja redaksi, pengelolaan platform digital, pemanfaatan multimedia, serta penggunaan data analitik dalam pengambilan keputusan editorial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas TV Medan telah menerapkan model ruang redaksi multiplatform yang mengintegrasikan produksi konten televisi dan digital untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang cepat, mudah diakses, dan interaktif. Setiap platform digital dikelola dengan strategi berbeda sesuai karakter audiens, sementara kreativitas visual dan gaya bahasa ringkas digunakan untuk meningkatkan daya tarik konten tanpa mengabaikan prinsip jurnalistik. Tantangan tetap muncul, seperti keterbatasan SDM digital, ketimpangan akses internet, serta persaingan dengan akun non-profesional yang mengutamakan kecepatan. Secara keseluruhan, Kompas TV Medan menunjukkan kemampuan adaptif dan inovatif dalam memperkuat perannya sebagai penyedia informasi publik yang relevan, akurat, dan terpercaya.

Kata Kunci: Akses Informasi; Informasi Publik; Inovasi Digital; Kompas TV Medan; Strategi Digital.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah mengubah pola konsumsi informasi masyarakat. Media digital seperti situs berita, YouTube, dan media sosial kini menjadi rujukan utama masyarakat dalam memperoleh informasi publik, menggantikan dominasi media konvensional. Perubahan ini menuntut lembaga penyiaran untuk beradaptasi melalui strategi komunikasi digital yang lebih inovatif. Di Indonesia, keterbukaan informasi publik juga diperkuat dengan hadirnya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008, yang mewajibkan badan publik memberikan akses informasi yang cepat, mudah, dan akuntabel kepada seluruh masyarakat.

Dalam konteks media penyiaran, transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan informasi, tetapi juga menyangkut kemampuan media menyediakan layanan informasi yang inklusif, interaktif, dan dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Kompas TV Medan sebagai bagian dari jaringan media nasional menjadi salah satu lembaga penyiaran yang aktif mengembangkan strategi digital melalui pemanfaatan website, platform YouTube, dan berbagai media sosial. Upaya digitalisasi tersebut bertujuan memperluas jangkauan informasi serta meningkatkan interaksi dengan publik.

Namun demikian, efektivitas strategi digital yang diterapkan masih perlu dikaji lebih jauh. Pertanyaan penting muncul mengenai sejauh mana inovasi digital yang dilakukan Kompas TV Medan mampu meningkatkan akses informasi publik, menguatkan prinsip keterbukaan informasi, dan memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan relevan. Tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia digital, persaingan dengan media daring lain, dan dinamika kebutuhan audiens turut memengaruhi implementasi strategi tersebut.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi dan inovasi digital yang dikembangkan Kompas TV Medan dalam meningkatkan akses informasi publik, serta memahami faktor-faktor yang memengaruhinya dalam konteks perubahan ekosistem media digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Keterbukaan Informasi Publik

Keterbukaan informasi publik merupakan hak dasar warga negara sebagaimana ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008. Prinsip dasarnya adalah bahwa seluruh informasi publik bersifat terbuka kecuali yang secara khusus dikecualikan oleh hukum. Keterbukaan informasi dipandang sebagai instrumen penting bagi terwujudnya pemerintahan yang transparan, akuntabel, dan partisipatif. Melalui keterbukaan informasi, masyarakat dapat mengawasi jalannya pemerintahan, mencegah penyalahgunaan wewenang, dan memperkuat good governance. Menurut Febriananingsih, keterbukaan informasi tidak hanya berkaitan dengan tersedianya data, tetapi juga kemudahan akses bagi semua kelompok masyarakat termasuk mereka yang memiliki keterbatasan. Dalam konteks ini, media penyiaran berperan strategis sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat, memastikan terpenuhinya hak publik untuk mengetahui. Pada era digital, keterbukaan informasi menjadi bagian penting dari strategi komunikasi publik, yang menuntut lembaga penyiaran seperti KompasTV untuk menyediakan informasi yang cepat, akurat, dan akuntabel melalui inovasi digital.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak luas melalui media seperti televisi, radio, surat kabar, dan platform digital. Media massa tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi, hiburan, dan kontrol sosial. Seiring perkembangan teknologi, komunikasi massa semakin cepat, luas, dan berpengaruh terhadap pembentukan opini publik. Laksono menekankan bahwa media memiliki dimensi kekuasaan karena dapat membentuk persepsi dan memengaruhi ideologi masyarakat, terutama ketika kepemilikan media dikuasai kelompok tertentu. Berbagai teori komunikasi massa seperti teori kultivasi, spiral of silence, dan imperialisme budaya menunjukkan bahwa media memiliki kemampuan untuk membentuk pola pikir masyarakat, memengaruhi ekspresi opini, dan bahkan membawa pengaruh budaya dari luar. Dalam penelitian ini, komunikasi massa menjadi dasar untuk memahami peran KompasTV sebagai media penyiaran yang mendistribusikan informasi publik secara cepat dan luas melalui strategi komunikasi digital yang kreatif dan adaptif.

Strategi Media di Era Disrupsi Digital

Disrupsi digital membawa perubahan mendalam terhadap cara media beroperasi dan berinteraksi dengan audiensnya. Media konvensional dituntut untuk beradaptasi dengan platform digital seperti website, media sosial, dan layanan streaming agar tetap relevan. Strategi media tidak lagi hanya berkaitan dengan distribusi konten, tetapi juga pemahaman terhadap kebutuhan audiens melalui analisis data, algoritma, dan big data. Strategi digital yang berhasil diukur dari tingkat keterlibatan audiens, bukan sekadar jumlah penonton. Literasi media juga menjadi faktor penting dalam membentuk kemampuan masyarakat untuk menyaring informasi dan memanfaatkan media secara produktif. Suardi menegaskan bahwa kredibilitas media menjadi tantangan besar di tengah banjir informasi digital, sehingga penerapan jurnalisme verifikasi dan kolaborasi dengan pemeriksa fakta diperlukan untuk membangun kembali kepercayaan publik. Dalam konteks penelitian ini, strategi media berfungsi menjelaskan bagaimana KompasTV mengintegrasikan berbagai platform digital untuk memperkuat penyebaran informasi publik dan mempertahankan kepercayaan masyarakat.

Inovasi Digital dalam Media Penyiaran

Inovasi digital menjadi kunci bagi keberlangsungan media penyiaran di era konvergensi teknologi. Inovasi mencakup konvergensi media, interaktivitas, personalisasi konten, dan penyiaran multiplatform yang memungkinkan audiens mengakses informasi kapan saja melalui berbagai perangkat. Inovasi digital memungkinkan media memberikan layanan informasi yang

cepat, fleksibel, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Menurut Aprilia membedakan inovasi menjadi inovasi radikal yang mengubah model bisnis media secara mendasar dan inovasi inkremental yang berupa penyempurnaan berkelanjutan terhadap layanan yang sudah ada. Selain itu, digitalisasi meningkatkan kualitas siaran dan efisiensi penggunaan frekuensi. Dalam konteks penelitian, inovasi digital menjadi landasan untuk melihat bagaimana KompasTV beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perilaku audiens. Inovasi ini memungkinkan lembaga penyiaran menghadirkan informasi yang lebih interaktif, menarik, dan mudah diakses, sekaligus memperkuat perannya dalam mendukung keterbukaan informasi publik di era digital.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam bagaimana Kompas TV Medan menerapkan strategi dan inovasi digital dalam meningkatkan akses informasi publik. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi makna, pengalaman, dan praktik organisasi dalam konteks nyata tanpa mengutamakan pengukuran kuantitatif. Metode studi kasus digunakan untuk mengkaji fenomena secara intensif pada satu objek penelitian, sehingga peneliti dapat memahami dinamika internal, kebijakan, dan konteks lingkungan yang memengaruhi strategi digital lembaga penyiaran.

Penelitian dilaksanakan di Kompas TV Medan yang berlokasi di Gedung Kompas Gramedia, Jalan K.H. Wahid Hasyim No. 37 Medan. Pemilihan lokasi didasarkan pada relevansi institusi sebagai media penyiaran lokal yang aktif melakukan transformasi digital.

Subjek penelitian meliputi pihak internal Kompas TV Medan yang terlibat langsung dalam proses produksi dan pengelolaan konten digital, seperti manajer digital, tim redaksi, dan pengelola media sosial. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sesuai kebutuhan penelitian. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung terhadap aktivitas media digital Kompas TV Medan, serta dokumentasi berupa arsip siaran, unggahan media sosial, dan laporan kebijakan terkait keterbukaan informasi publik. Peneliti menjadi instrumen utama dalam mengumpulkan dan menafsirkan data, dibantu oleh pedoman wawancara, lembar observasi, dan dokumen pendukung lainnya.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi dilakukan dengan memilih informasi relevan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penyajian dilakukan dalam bentuk naratif untuk memudahkan

penarikan hubungan antar-tema. Kesimpulan diperoleh melalui proses verifikasi terhadap data lapangan untuk memastikan validitas temuan penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kompas TV Medan

Kunjungan ke Kompas TV Medan menunjukkan transformasi redaksi yang kini bekerja dengan sistem multiplatform. Penyusunan naskah televisi berlangsung bersamaan dengan produksi konten digital untuk Instagram, YouTube, dan TikTok. Aktivitas pemantauan tren dilakukan secara real time sehingga distribusi berita bisa dilakukan segera tanpa menunggu jadwal siaran. Hal ini sejalan dengan perubahan perilaku audiens yang menginginkan informasi cepat dari platform digital. Kompas TV Medan berupaya menyeimbangkan kecepatan dan akurasi di tengah persaingan dengan akun non-profesional yang tidak memiliki standar verifikasi.

Pengelolaan Platform Digital Kompas TV Medan

Pengelolaan platform digital dilakukan dengan menyesuaikan karakter audiens masing-masing aplikasi. Instagram digunakan untuk informasi singkat, YouTube untuk liputan mendalam, TikTok untuk video kreatif bagi audiens muda, sedangkan Facebook dan X menjangkau segmen dewasa. Strategi multiplatform ini menunjukkan pemahaman terhadap perilaku komunikasi digital dan kebutuhan segmentasi audiens modern.

Pemanfaatan Data Analitik dalam Strategi Digital

Kompas TV Medan menggunakan data analitik untuk mengevaluasi performa konten melalui indikator views, interaksi, durasi tonton, dan demografi audiens. Konten lokal terbukti mendapat engagement tertinggi karena relevan dengan kehidupan masyarakat. Analitik juga digunakan menentukan waktu unggah yang paling efektif, sehingga distribusi informasi menjadi lebih terarah dan adaptif.

Penggunaan Format Multimedia dan Visual

Sebagai media televisi, Kompas TV Medan tetap mengutamakan konten audio visual dalam platform digital. Video 30–60 detik digunakan untuk informasi cepat, sementara infografis membantu menyederhanakan data kebijakan atau kronologi. Audio visual tetap diminati, namun dilengkapi teks agar pesan lebih lengkap. Penggunaan multimedia ini menjadi pembeda dari akun non-profesional yang umumnya mengunggah video mentah.

Penentuan Gaya Bahasa dan Headline

Headline disusun melalui pembahasan redaksi untuk memastikan judul tetap menarik namun tidak menyesatkan. Bahasa digital dibuat lebih ringkas dan to the point agar mudah

dipahami. Redaksi menghindari gaya sensasional demi menjaga integritas jurnalistik dan akurasi informasi publik.

Peran Kreativitas dalam Produksi Konten Digital

Kreativitas menjadi unsur penting dalam pengemasan konten, namun tetap sesuai aturan penyiaran. Tim menyederhanakan isu kompleks melalui visual humanis, penggunaan cuplikan video yang tepat, dan narasi padat agar konten tidak tenggelam dalam arus informasi cepat. Kreativitas diposisikan sebagai jembatan antara akurasi jurnalistik dan daya tarik visual.

Tantangan Kompas TV Medan

Tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan SDM digital, ketimpangan akses internet di wilayah pinggiran Sumatera Utara, serta persaingan dengan akun non-profesional yang mengutamakan kecepatan tanpa verifikasi. Misinformasi juga menuntut Kompas TV Medan membuat konten klarifikasi yang tidak selalu mendapat perhatian sebesar konten viral.

Pembahasan Temuan dengan Kajian Teori

Strategi digital Kompas TV Medan sejalan dengan teori keterbukaan informasi publik, strategi media digital, dan inovasi penyiaran. Integrasi multiplatform, penggunaan data analitik, dan inovasi visual menunjukkan pemahaman terhadap fragmentasi audiens era digital. Secara keseluruhan, Kompas TV Medan berhasil menerapkan digitalisasi media, meskipun perlu penguatan untuk pemerataan akses informasi publik di Sumatera Utara.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kompas TV Medan telah menunjukkan kapasitas adaptasi yang kuat terhadap dinamika ekosistem media digital, meskipun masih menghadapi sejumlah tantangan mendasar. Transformasi ini terlihat dari integrasi sistem kerja redaksi yang tidak lagi berfokus pada satu jalur distribusi, melainkan pada multiplatform newsroom yang menyatukan produksi berita televisi dan digital dalam satu alur kerja yang simultan. Model ini membuat Kompas TV Medan mampu memenuhi kebutuhan informasi publik yang kini bergerak semakin cepat dan bergantung pada media sosial. Dalam pengelolaan platform digitalnya, Kompas TV Medan menerapkan strategi yang berbeda untuk setiap kanal Instagram untuk informasi singkat, YouTube untuk konten panjang, TikTok untuk audiens muda, dan Facebook untuk segmen yang lebih luas. Pendekatan ini menunjukkan pemahaman mereka terhadap segmentasi audiens serta karakteristik masing-masing media sosial. Selain itu, penggunaan data analitik menjadi elemen penting dalam pengambilan keputusan konten, mulai dari jenis berita yang diunggah hingga waktu publikasi yang paling efektif. Dengan demikian, proses produksi tidak hanya

didasarkan pada intuisi redaksi, tetapi juga pada bukti empiris yang dapat meningkatkan efektivitas jangkauan informasi. Dari sisi penyajian, Kompas TV Medan menekankan pentingnya multimedia, visual yang kuat, gaya bahasa ringkas, dan headline yang akurat agar konten digital tetap menarik namun tetap menjaga prinsip-prinsip jurnalistik. Kreativitas juga menjadi pilar utama dalam produksi konten untuk memastikan berita mampu bersaing dengan banjir informasi di media sosial tanpa mengurangi kualitas dan akurasi. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan sejumlah tantangan signifikan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, ketimpangan infrastruktur digital di wilayah Sumatera Utara, serta kompetisi dengan akun-akun non-profesional yang sering mengutamakan kecepatan daripada verifikasi. Tantangan ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas produksi, tetapi juga oleh kondisi ekosistem informasi yang lebih luas. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa Kompas TV Medan berada pada jalur yang tepat dalam mengembangkan strategi digital yang adaptif, inovatif, dan berbasis data, sehingga mampu memperkuat perannya sebagai media penyedia informasi publik yang cepat, relevan, dan dapat dipercaya. Upaya ini sekaligus menjadi kontribusi penting dalam mendukung keterbukaan informasi publik serta peningkatan literasi media masyarakat di era digital yang semakin kompetitif.

Saran

Untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan konten digital, penting untuk melaksanakan pelatihan rutin dan penguatan literasi digital. Selain itu, penggunaan data analitik perlu dimaksimalkan secara konsisten untuk mendukung keputusan editorial dan penyusunan strategi konten. Pengembangan konten juga harus disesuaikan dengan karakteristik tiap platform serta mengikuti dinamika tren digital yang terus berubah. Kolaborasi dengan komunitas, akademisi, dan lembaga pendidikan perlu dibangun untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kualitas informasi publik. Selain itu, penelitian lanjutan terkait strategi media digital di berbagai wilayah harus didorong untuk memperkaya pemahaman mengenai adaptasi media dalam ekosistem informasi yang terus berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bagian ini disediakan bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih, baik kepada pihak penyandang dana penelitian, pendukung fasilitas, atau bantuan ulasan naskah. Bagian ini juga dapat digunakan untuk memberikan pernyataan atau penjelasan, apabila artikel ini merupakan bagian dari skripsi/tesis/disertasi/makalah konferensi/hasil penelitian.

DAFTAR REFERENSI

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak.

Anggito, A., & Setiawan, J. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak.

ANTARA. (2023). Kominfo kembangkan platform digital untuk layanan publik. ANTARA News. Retrieved from <https://www.antaranews.com/>

Candra A Azzahra.(2025). Transformasi Penyiaran Digital: Studi Kasus Pendirian Nusantara Tv Sebagai Pelopor Televisi Digital Pertama Di Indonesia. Jurnal ilmiah Nusantara. 2 (6) <https://doi.org/10.61722/jinu.v2i6.6452>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2021). The SAGE Handbook of Qualitative Research. Sage Publications. Link

Edison.dkk. (2025). Transformasi Programming Tv Di Era Digital: Menyelaraskan Konten Dengan Kebiasaan Menonton Multiplatform. Jurnal Ilmu Komunikasi 14 (1)

Erika Aprilia. dkk. (2024),Manajemen Media Penyiaran Swaragama dan Program Siaran di Era Digital. Jurnal Audiens 5 (3). <https://doi.org/10.18196/jas.v5i3.379>

Ezra Situmorang. (2021). Kesiapan Inovasi Digitalisasi Penyiaran (Studi pada Stasiun Penyiaran PAL TV Palembang pada Tahun 2020). Skripsi. Universitas Sriwijaya

Febriananingsih, N. (2012). Keterbukaan informasi publik dalam pemerintahan terbuka menuju tata pemerintahan yang baik. Jurnal RechtsVinding, 1 (1), 135-142. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v1i1.110>

Gasa M Frederik.dkk. (2020). Literasi Media Sebagai Kunci Sukses Generasi Digital. Jurnal Pustaka Komunikasi.3 (1)

Handayani, R., & Merdekawati, N. (2020). Eksklusif digital sebagai bentuk inovasi media di era konvergensi. Jurnal Komunikasi, 12 (2), 145-158.

Komisi Informasi. (2024). Buku Satu: Indeks Keterbukaan Informasi Publik (IKIP) 2024. Komisi Informasi Pusat Republik Indonesia. https://komisiinformasi.go.id/pdf/20241120045313Buku_SATU_IKIP_2024_1.pdf

Komisi Informasi. (2025). Jurnal Komisi Informasi (KI) Edisi 7. Komisi Informasi Pusat Republik Indonesia. <https://komisiinformasi.go.id/pdf/20250131122703-Jurnal%2520KI%25207.pdf>

Kustiawan, W., Siregar, A. S. M. M. Z., Nabilah, F., Harahap, K. H., Aini, L., Pulungan, N. L., & Faidah, Y. (2022). Teori-teori dalam komunikasi massa. Jurnal Telekomunikasi, Kendali dan Listrik, 3 (2), 41-50.

Kusumawati, H. (2020). Dilema adopsi inovasi dalam praktik jurnalisme data: Studi kasus media Kompas. Jurnal ASPIKOM, 5 (1), 20-34.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. Sage Publications. Link

Moleong, L. J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nunuk Febriananingsih.(2022). Literasi Media Sebagai Kunci Sukses Generasi Digital Abstract Natives Di Era Disrupsi Digital. Jurnal Rechtsvinding 1(1)

Nupikso, G. (2021). Tantangan implementasi keterbukaan informasi publik di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Kebijakan Publik*, 5(1), 45-56. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5667>

Puji Laksono.(2019). Kuasa Media Dalam Komunikasi Massa. *Jurnal Al-Tsiqoh*.4(2) <https://doi.org/10.30762/mediakita.v4i1.2448>

Putranto, D., & Irwansyah, I. (2021). Media Digital dan Perubahan Perilaku Informasi Generasi Muda. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 15-27.

Putranto, D., & Irwansyah, I. (2021). Media digital dan perubahan perilaku informasi generasi muda. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 15-27.

Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61. Jakarta: Sekretariat Negara.

Salih, M. (2020). Strategi media dalam era disrupsi digital. *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 138-150.

Sintar Nababan.(2019). Strategi Pelayanan Informasi untuk meningkatkan Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 17(2) <https://doi.org/10.31315/jik.v17i2.3694>

Siregar, A. P. (2022). Inovasi digital dalam pengembangan media penyiaran di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 5(1), 110-124.

Suardi.(2025), Meningkatkan Kredibilitas Media Di Indonesia Dalam Era Disrupsi Informasi: Strategi Menghadapi Misinformasi Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.10(1)

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Winda Kustiawan.dkk.(2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*.11(1) <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>

Yin, R. K. (2021). Case Study Research and Applications: Design and Methods. Sage Publications.