

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, media massa memiliki peran yang semakin signifikan dalam menyebarkan informasi, termasuk dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dakwah yang sebelumnya disampaikan secara langsung melalui mimbar dan kegiatan keagamaan, kini mengalami transformasi dalam bentuk digital. Menurut Al-Fadhli & Alfaqih (2020), media massa digital memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan pesan dakwah hingga ke berbagai lapisan masyarakat. Salah satu media yang memiliki peran tersebut adalah Radar Cirebon Televisi (RCTV), sebagai media pers lokal yang melayani wilayah Ciayumajakuning (Cirebon, Indramayu, Majalengka, dan Kuningan). Dengan potensi yang dimiliki, RCTV memiliki peluang besar untuk menjadi platform yang efektif dalam menyampaikan konten dakwah kepada masyarakat. Namun, ada tantangan utama dalam hal penyajian konten dakwah, yaitu bagaimana mengemasnya secara kreatif agar mampu menarik perhatian audiens dan memberikan pengaruh positif.

Perkembangan media di Indonesia, terutama di wilayah lokal seperti Ciayumajakuning, masih tergolong lambat dibandingkan dengan daerah dan negara-negara maju. Berdasarkan data yang dikemukakan oleh Nurhayati & Wulandari (2019), media cetak di Indonesia mengalami penurunan, sementara pertumbuhan media elektronik dan digital belum maksimal, termasuk dalam pengembangan konten

berbasis dakwah. Wilayah Ciayumajakuning sendiri memerlukan lebih banyak media lokal yang dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, termasuk dalam bidang dakwah. Radar Cirebon Televisi (RCTV), sebagai salah satu media lokal terkemuka, menghadapi tantangan dalam hal penyediaan konten yang kreatif dan inovatif di tengah keterbatasan sumber daya lokal. Banyak staf redaksi yang tidak memiliki latar belakang khusus dalam bidang komunikasi atau penyajian konten kreatif, sehingga menghasilkan kualitas konten yang terbatas. (Fahrurrozi & Thohri, 2019).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh tim konten writer di RCTV adalah mengembangkan strategi yang mampu menarik perhatian audiens terhadap konten dakwah. Sebagai bentuk penyampaian pesan agama, konten dakwah seringkali dianggap monoton dan kurang menarik, sehingga perlu adanya pendekatan kreatif untuk menyajikannya. Konten dakwah di media online juga membutuhkan pendekatan berbeda dibandingkan dengan konten konvensional lainnya. Tim konten writer perlu memiliki pemahaman mendalam tentang nilai-nilai Islam serta tren media dan perilaku konsumen yang terus berubah. Selain itu, kemampuan memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk distribusi konten dakwah menjadi faktor penting yang harus diperhatikan.

Dalam hal ini, Sahara (2021) menekankan pentingnya peran tim konten writer dalam menciptakan konten dakwah yang menarik, edukatif, dan bermakna bagi audiens. Proses kreatif dalam penyusunan konten dakwah harus melalui berbagai tahapan strategis, seperti riset mendalam tentang target audiens, pemilihan gaya bahasa yang tepat, dan pengemasan pesan dakwah secara kreatif. Hal ini

diperlukan agar konten dakwah tidak hanya disampaikan dengan baik, tetapi juga mampu menjangkau dan mempengaruhi audiens secara positif. Namun, tantangan besar muncul ketika pesan dakwah kurang responsif terhadap tren media digital yang berkembang pesat, sehingga konten yang dihasilkan kurang relevan dengan kebutuhan audiens.

Statistik dari RCTV menunjukkan bahwa konten dakwah atau religi seringkali memiliki tingkat penayangan yang lebih rendah dibandingkan dengan program-program lainnya, seperti berita dan hiburan. Rendahnya tingkat interaksi dari audiens, baik melalui komentar, likes, maupun shares, menunjukkan bahwa konten dakwah yang disajikan kurang mampu menarik perhatian dan keterlibatan audiens. Hal ini menjadi tantangan yang signifikan bagi tim konten writer di RCTV untuk merancang strategi kreatif yang mampu meningkatkan daya tarik dan efektivitas konten dakwah. Menurut Wijaya & Hidayat (2019), responsivitas terhadap perubahan tren media dan perilaku audiens sangat penting dalam upaya mempertahankan relevansi konten dakwah di era digital. Tim konten writer perlu terus memantau tren konten yang sedang populer dan melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja konten untuk menemukan formula yang tepat dalam menyajikan pesan dakwah.

Selanjutnya, tim konten writer juga dituntut untuk berani bereksperimen dengan berbagai format konten baru, baik melalui tulisan, video, maupun interaktif, guna menarik minat audiens. Dengan eksperimen dan inovasi yang berkelanjutan, diharapkan konten dakwah dapat lebih relevan dengan kondisi zaman dan mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Setiawan & Lubis (2020)

menambahkan bahwa dalam pembuatan konten dakwah, seorang penulis konten harus mampu merangkai kata-kata yang memikat dan memiliki pemahaman mendalam tentang nilai-nilai agama serta kebutuhan audiensnya. Dengan demikian, proses pengembangan konten dakwah tidak hanya bergantung pada penyampaian pesan yang benar, tetapi juga pada kemampuan untuk mempengaruhi dan membangkitkan keterlibatan audiens secara emosional dan intelektual.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian mengenai **“Strategi Kreatif Tim Konten Writer dalam Pengembangan Konten Dakwah di Media Online Radarcirebon.tv (Studi Deskriptif pada Radar Cirebon Televisi (RCTV))”** menjadi sangat relevan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk mengembangkan konten dakwah yang menarik, edukatif, dan sesuai dengan preferensi audiens. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh media lokal seperti RCTV dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah secara kreatif dan inovatif di era digital yang dinamis.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pernyataan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan fokus penelitian di antaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana teknik yang digunakan oleh tim konten writer dalam menghasilkan ide kreatif untuk konten dakwah di media online radarcirebon.tv?

2. Bagaimana pendekatan yang diterapkan oleh tim konten writer radarcirebon.tv dalam merancang dan mengembangkan konten dakwah yang menarik perhatian pembaca?
3. Bagaimana metode yang diterapkan oleh tim konten writer dalam proses menciptakan konten dakwah yang inovatif dan relevan dengan target pembaca di media online radarcirebon.tv?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini diharapkan dapat menjawab fokus penelitian diatas, yaitu:

1. Untuk mengetahui teknik yang digunakan oleh tim konten writer dalam menghasilkan ide kreatif untuk konten dakwah di media online radarcirebon.tv.
2. Untuk memahami pendekatan yang diterapkan oleh tim konten writer dalam merancang dan mengembangkan konten dakwah agar menarik perhatian pembaca.
3. Untuk mengetahui metode yang diterapkan oleh tim konten writer dalam menciptakan konten dakwah yang inovatif dan relevan dengan target pembaca di media online radarcirebon.tv.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Manfaat dari penelitian dapat dirinci dengan manfaat secara akademis dan manfaat secara praktis sebagai berikut:

## **1. Manfaat secara Akademis**

Manfaat secara akademis dari penelitian ini mencakup kontribusi yang berharga terhadap pemahaman tentang strategi pengembangan konten dakwah di media Radar Cirebon TV. Hasil penelitian akan menjadi sumber referensi yang penting bagi peneliti dan akademisi dalam bidang yang sama, memperkaya literatur ilmiah dengan bukti empiris yang dapat digunakan untuk mendukung teori dan penelitian lanjutan terkait pengembangan konten dakwah di media televisi lokal, khususnya Radar Cirebon TV.

## **2. Manfaat secara Praktis**

Manfaat secara praktis dari penelitian ini akan dirasakan secara langsung oleh Radar Cirebon TV dan para praktisi media. Penelitian ini akan memberikan panduan yang berharga bagi Radar Cirebon TV dalam merumuskan strategi pengembangan konten dakwah yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi audiens lokal mereka. Selain itu, penelitian ini juga akan meningkatkan kemampuan praktis para peneliti dan praktisi media dalam merancang strategi konten dakwah yang relevan dan bermutu. Akhirnya, manfaat bagi masyarakat terwujud melalui penyediaan konten dakwah yang lebih bermutu dan memiliki dampak positif dalam meningkatkan pemahaman serta kesadaran akan nilai-nilai agama dan moral dalam masyarakat.

## **E. Kajian Penelitian yang Relevan**

Penelitian mengenai strategi dan praktik manajemen media massa serta peran media dalam berbagai konteks telah berkembang pesat, seiring dengan semakin kompleksnya lanskap media modern. Beberapa penelitian telah mengkaji

bagaimana media massa, baik lokal maupun nasional, menerapkan strategi khusus untuk mencapai tujuan mereka, seperti meningkatkan loyalitas khalayak, menyebarkan paham moderasi, atau memanfaatkan peluang dakwah.

Peran media dalam dakwah, khususnya, menjadi semakin krusial di tengah era digital, di mana media tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai alat efektif untuk menyebarkan nilai-nilai keagamaan dan membentuk opini publik. Studi-studi ini, yang berfokus pada berbagai wilayah dan menggunakan beragam metode, seperti studi lapangan dan analisis deskriptif, memberikan pemahaman mendalam tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri media dalam konteks yang berbeda.

Penelitian ini berusaha untuk melanjutkan eksplorasi tersebut dengan meninjau praktik dan strategi yang digunakan oleh media massa dalam konteks spesifik, sekaligus menggali lebih dalam peran media dalam menyebarkan nilai-nilai dakwah dan membentuk karakter masyarakat.

**Tabel 1. Kajian Penelitian yang Relevan**

No.	Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Kushardiyanti, D., Khotimah, N. K., & Kom, S. I. (2023, Skripsi)	Praktik & Strategi Manajemen Industri Media Massa (Studi Lapangan Manajemen	Subjek penelitian tentang strategi Metode penelitian yaitu studi lapangan	berfokus pada praktik dan strategi manajemen industri

		Industri Media Massa Lokal Wilayah Cirebon).	di wilayah Cirebon.	media massa lokal.
2.	Restika Damayanti (2012, Skripsi)	Strategi Pemrograman Televisi Swasta Daerah Dalam Bidang Seni Dan Budaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Khalayak	berfokus pada analisis dalam konteks media, Metode penelitian yaitu studi deskriptif.	berfokus pada strategi pemrograman televisi swasta daerah dalam bidang seni dan budaya.
3.	Fahrurrozi, F., & Thohri, M. (2019, Jurnal)	Media Dan Dakwah Moderasi: Melacak Peran Strategis Dalam Menyebarkan Paham Moderasi Di Situs Nahdlatul Wathan Online	memiliki persamaan dalam menggunakan metode penelitian yang berfokus pada deskripsi atau studi deskriptif	berfokus pada peran strategis media dalam menyebarkan paham moderasi melalui media online.



		Situs Kalangan Nitizen Muslim-santri. Tasamuh, 17(1), 155-180.	dalam konteks media	
4.	Karim, A. (2016, Jurnal)	Dakwah melalui media: Sebuah tantangan dan peluang. At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 4(1), 151-69.	peluang dalam melakukan dakwah melalui media massa. Metode penelitian yaitu analisis.	berfokus pada tantangan dan peluang dakwah melalui media massa.

Penelitian pertama berfokus pada praktik dan strategi manajemen industri media massa lokal. Penelitian kedua berfokus pada strategi pemrograman televisi swasta daerah dalam bidang seni dan budaya. Penelitian ketiga berfokus pada peran strategis media dalam menyebarkan paham moderasi melalui media online. Penelitian keempat berfokus pada tantangan dan peluang dakwah melalui media massa. Setiap penelitian mungkin menggunakan sumber data dan metode penelitian yang berbeda, tergantung pada fokus dan tujuan penelitian masing-masing.

## **F. Kerangka Pemikiran**

### **1. Landasan Teoritis**

Landasan teoritis dalam penelitian ini adalah teori manajemen George Robert Terry. Manajemen adalah suatu kegiatan yang mencakup serangkaian fungsi untuk mencapai tujuan tertentu, yang dijelaskan oleh George Robert Terry. Menurut Terry, manajemen melibatkan kegiatan individu-individu yang menyumbangkan upaya terbaik mereka melalui tindakan-tindakan yang telah ditetapkan sebelumnya. Manajemen bertujuan untuk mengetahui apa yang harus dicapai, mencari tahu bagaimana melakukannya, memahami cara melaksanakannya, dan mengukur keberhasilan upaya tersebut. Untuk mencapai tujuan, manajemen menetapkan sejumlah tujuan dan melibatkan empat fungsi dasar manajemen yang dikenal dengan singkatan POAC: Planning (Perencanaan), Organizing (Pengorganisasian), Actuating (Pelaksanaan), dan Controlling (Pengawasan).

### **2. Kerangka Konseptual**

Penelitian ini meliputi beberapa konsep penting yang relevan dengan judul penelitian.

#### **a. Dakwah**

Dakwah merupakan salah satu aspek penting dalam ajaran Islam yang bertujuan untuk menyebarkan pesan kebenaran dan mengajak manusia menuju jalan Allah SWT. Sebagaimana diungkapkan oleh berbagai tokoh dan ulama, dakwah bukan sekadar seruan agama, melainkan sebuah upaya sistematis untuk membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik, baik di dunia maupun di

akhirat. Dalam prosesnya, dakwah mengedepankan pendekatan yang bijaksana dan persuasif, dengan menekankan pentingnya mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Melalui dakwah, umat diajak untuk meninggalkan perilaku yang buruk dan menjalankan kebaikan, sehingga tercipta masyarakat yang sejahtera, harmonis, dan penuh keberkahan.

1. Menurut Ibn Taimiyah, dakwah adalah seruan untuk beriman kepada Allah dan mengikuti ajaran para utusan-Nya, serta mentaati perintah-Nya.
2. Syekh Ali Mahfudz menjelaskan bahwa dakwah adalah mengajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk Allah SWT, serta mengajak mereka meninggalkan perilaku buruk untuk kebahagiaan di dunia dan akhirat.
3. Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah adalah upaya mengajak umat kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kebaikan di dunia dan akhirat.
4. Hamzah Ya'qub menyatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.
5. Prof. Dr. Hamka menjelaskan bahwa dakwah adalah seruan untuk menganut pendirian positif, dengan fokus pada perintah yang baik dan larangan yang buruk.
6. Dr. Zakaria Bashier dalam bukunya yang berjudul "Islamic Dakwah: An Analytical Study" mendefinisikan dakwah sebagai "proses penyebaran dan penyampaian ajaran Islam kepada masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan terhadap nilai-nilai Islam serta

memotivasi individu untuk mengamalkan ajaran tersebut dalam kehidupan sehari-hari."

7. Prof. Dr. Yusuf al-Qaradawi, seorang ulama terkemuka, mengemukakan bahwa dakwah adalah "upaya untuk menyebarkan ajaran Islam secara damai dan persuasif kepada masyarakat dengan tujuan untuk membawa perubahan positif dalam kehidupan mereka."
8. Dr. Hasan al-Banna, pendiri organisasi Ikhwanul Muslimin, menyatakan bahwa dakwah adalah "tugas utama umat Islam untuk menyampaikan pesan Islam kepada dunia dengan cara yang baik dan mulia, serta menjadi teladan yang hidup dari ajaran agama."

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian dakwah adalah upaya menyeru atau mengajak manusia menuju jalan Allah SWT, yang mengarah pada pelaksanaan perintah kebaikan dan larangan kejahatan.

Tujuan utama dari dakwah adalah untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan penerimaan terhadap nilai-nilai Islam, serta memotivasi individu untuk mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks penelitian ini, pemahaman mendalam tentang konsep dakwah akan membantu dalam merancang strategi yang efektif untuk mengemas pesan-pesan dakwah agar dapat diterima dan dipahami oleh audiens target melalui media online. Hal ini juga akan memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi peran dakwah dalam pengembangan konten media online dengan lebih baik, serta dampaknya terhadap pemirsa dan masyarakat secara luas.

## b. Metode Dakwah

Secara etimologi, metode berasal dari kata "meta" (melalui) dan "hodos" (jalan, cara), yang berarti cara yang harus dilalui untuk mencapai tujuan. Sedangkan menurut Bakhial Khauli, dakwah adalah proses menghidupkan peraturan-peraturan Islam untuk memindahkan umat dari satu keadaan ke keadaan lain.

Dari pengertian tersebut, metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i kepada mad'u untuk mencapai tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Ada tiga cakupan utama metode dakwah:

1. **Al-Hikmah:** Mengetahui rahasia dan faedah dalam setiap hal, untuk memahami dan menyentuh hati mad'u dengan pemikiran atau ide-ide yang dapat diterima.
2. **Al-Mau'idhatil Hasanah:** Ungkapan yang mengandung bimbingan, pendidikan, peringatan, dan pesan-pesan positif sebagai pedoman untuk kehidupan dunia dan akhirat.
3. **Al-Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan:** Upaya tukar pendapat secara sinergis, tanpa adanya permusuhan, untuk mencapai tujuan dakwah dengan memberikan argumentasi yang kuat.

## c. Konten Writer

Seorang content writer adalah penulis profesional yang secara rutin menciptakan konten-konten menarik di platform online. Mereka tidak hanya menulis artikel blog, tetapi juga posting di media sosial serta konten-konten lainnya yang disajikan secara digital. Tanggung jawab mereka tidak hanya sebatas menulis, tetapi juga mencakup memastikan keselarasan antara konten yang dibuat dengan

visi perusahaan, serta mempertimbangkan kebutuhan dan minat audiens target. Selain itu, mereka juga berperan dalam meningkatkan kehadiran lalu lintas (traffic) di situs web atau blog perusahaan. (Denada, N. K. 2017).

Berbagai jenis content writer hadir sesuai dengan spesialisasi mereka. Salah satunya adalah SEO writer, yang fokus pada pengoptimalan mesin pencari untuk meningkatkan visibilitas konten dalam hasil pencarian. Ada juga content writer jurnalistik yang tidak hanya menulis berita, tetapi juga konten-konten hiburan atau feature. Generalist writer, di sisi lain, tidak memiliki tema khusus dalam konten yang mereka ciptakan, seringkali bertujuan untuk membangun kesadaran merek. Technical writer memiliki keahlian dalam mengurai informasi kompleks menjadi lebih mudah dimengerti, seringkali terlibat dalam menulis panduan produk. (Pambudi, T. G. 2020). Sedangkan social media content writer bertanggung jawab untuk menciptakan konten yang menarik dan interaktif di platform media sosial.

Skill dan kualifikasi yang dibutuhkan untuk menjadi content writer mencakup keahlian menulis dengan baik, pemahaman teknologi, kepekaan terhadap tren, kemampuan berkolaborasi, research keywords, teknik penulisan SEO, dan keterampilan penyuntingan. Kemampuan untuk menghasilkan konten yang sesuai dengan gaya dan voice perusahaan, serta kemampuan mengukur kinerja konten juga menjadi penting. Selain itu, pengetahuan dasar dalam bahasa yang baik dan benar serta pengalaman dalam menyunting tulisan juga sangat dihargai. (Febiana, A. 2022).

#### **d. Media Online**

Media online dipahami sebagai platform digital yang penting dalam menyebarkan informasi, termasuk pesan-pesan dakwah moderat. Media online, seperti yang ditemukan dalam penelitian oleh Fahrurrozi dan Thohri (2019), memiliki peran strategis dalam menyebarkan pesan-pesan moderat di kalangan netizen Muslim-santri.

Media online adalah bentuk media yang menggunakan teknologi telekomunikasi dan multimedia, seperti komputer dan internet. Jenis media online meliputi portal, situs web (termasuk blog dan media sosial seperti Twitter dan Facebook), TV online, radio online, dan email. (Asep Syamsul, M.Romli, 2012). Media online juga dikenal sebagai "cyber media" karena penggunaannya yang mengandalkan internet. Dengan media online, pengguna dapat mengakses konten tanpa terbatas oleh ruang, waktu, atau prosedur baku lembaga penyiaran. Mereka dapat menikmati produk informasi langsung saat peristiwa berlangsung. (Moch Choirul Arif. 2014).

Dari perspektif studi media atau komunikasi massa, media online termasuk dalam kategori "media baru". Media baru merujuk pada jalur akses konten yang tersedia kapan saja, di mana saja, melalui berbagai perangkat digital, serta melibatkan interaksi pengguna, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas di sekitar konten media. Konsep ini disederhanakan dari lima media massa konvensional: televisi, radio, majalah, koran, dan film, menurut Chun dalam bukunya "New media, old media".

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam bukunya "Jurnalistik Online", jenis media online termasuk situs web, terutama situs berita, yang merupakan salah satu yang paling umum digunakan. Situs berita dalam media online dapat diklasifikasikan menjadi lima kategori. Pertama, media cetak online seperti Republika Online dan Kompas Cybermedia. Kedua, siaran radio online seperti Radio Netherland dan Radio Australia. Ketiga, media televisi online seperti CNN.com dan Metrotvnews.com. Keempat, situs berita online murni yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik seperti Tribunnews.com dan Detik.com. Kelima, situs "indeks berita" yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain seperti Google News.

Media online memiliki karakteristik dan keunggulan dibandingkan dengan media konvensional seperti cetak atau elektronik. Pertama, multimedia, yang memungkinkan berita disajikan dalam berbagai bentuk seperti teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan. Kedua, aktualitas, di mana berita yang disajikan benar-benar sesuai dengan apa yang terjadi pada peristiwa yang sedang berlangsung. Ketiga, kecepatan dalam menyajikan berita, karena begitu berita selesai diunggah, semua orang dapat mengaksesnya secara langsung. Keempat, kemampuan untuk melakukan pembaruan dengan cepat jika ada kesalahan dalam konten atau redaksi informasi. Kelima, kapasitas yang luas, di mana halaman web dapat menampung banyak kata dalam satu konten berita. Keenam, fleksibilitas dalam hal ruang, waktu, dan penyuntingan naskah. Ketujuh, jangkauan yang luas karena dapat diakses oleh siapa pun yang terhubung ke internet. Kedelapan, interaktif, di mana pembaca dapat memberikan tanggapan langsung melalui kolom



komentar dan ruang obrolan. Kesembilan, informasi yang terdokumentasi dan dapat ditemukan melalui arsip dan fasilitas pencarian. Terakhir, terhubung dengan sumber lain melalui tautan (hyperlink) yang berkaitan dengan informasi yang disajikan.

Situs web "radarcirebon.tv" merupakan salah satu contoh media online yang digunakan dalam penelitian ini. Media online ini merupakan platform daring dari Radar Cirebon Televisi (RCTV), sebuah saluran televisi lokal yang berbasis di Cirebon, Jawa Barat. Melalui situs web ini, RCTV menyediakan akses kepada pengguna untuk menonton siaran langsung, menonton ulang (video on-demand), membaca artikel-artikel terkini, dan terlibat dalam interaksi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube. Dengan demikian, situs web "radarcirebon.tv" dapat dikategorikan sebagai media online berbasis web yang menawarkan berbagai konten multimedia kepada pengguna dalam format digital.

## **G. Langkah-Langkah Penelitian**

Langkah-langkah penelitian ini mencakup serangkaian tahapan yang sistematis dan terperinci untuk memastikan keberhasilan dan keakuratan penelitian.

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Radar Cirebon Televisi (RCTV), Jawa Barat. PT. Wahana Televisi Cirebon Graha Pena Radar Cirebon Jl. Perjuangan no. 9, Kota Cirebon 45135. pemilihan lokasi ini adalah karena RCTV merupakan salah satu media lokal yang relevan dengan topik penelitian tentang strategi kreatif tim konten writer dalam pengembangan konten dan tempat peneliti saat magang. Dengan demikian, memilih lokasi ini akan memungkinkan peneliti untuk

mendapatkan wawasan yang mendalam tentang praktik pengembangan konten dakwah di media pers lokal khususnya di Radar Cirebon Televisi.

## **2. Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma dan Pendekatan penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivisme. Menurut Patton dalam Jurnal Sri Hayuningrat (2010: 96-97) Paradigma konstruktivisme adalah pandangan epistemologis yang menekankan pada konstruksi pengetahuan oleh individu melalui proses interpretasi dan pemahaman subjektif terhadap dunia. Dalam konteks penelitian, paradigma konstruktivisme menekankan bahwa pengetahuan tidak diterima begitu saja dari dunia luar, tetapi dibangun melalui interaksi aktif antara peneliti dan realitas yang diteliti.

Dengan menggunakan paradigma konstruktivisme, penelitian ini akan menggali bagaimana individu-individu, dalam hal ini tim konten writer, membangun pemahaman dan konstruksi tentang strategi kreatif dalam pengembangan konten dakwah di media online RCTV. Penelitian akan menelaah bagaimana individu-individu tersebut memberikan makna terhadap pengalaman dan praktik mereka dalam proses menciptakan konten dakwah. Paradigma konstruktivisme memandang bahwa realitas tidak ditemukan, tetapi dibangun oleh individu melalui proses interpretasi, interaksi, dan pengalaman subjektif.

Paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini digunakan karena pendekatan ini memungkinkan untuk memahami kompleksitas proses kreatif dan konstruksi pengetahuan dalam konteks pengembangan konten dakwah. Dengan memperhatikan perspektif subjektif individu-individu dalam tim konten writer,

penelitian dapat mengungkapkan pola pikir, nilai-nilai, dan strategi yang melandasi karya-karya kreatif mereka. Selain itu, paradigma konstruktivisme juga memberikan ruang untuk mempertimbangkan peran konteks sosial dan budaya dalam pembentukan pemahaman dan praktik individu. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana tim konten writer secara aktif mengkonstruksi pengetahuan dan mempraktikkan strategi kreatif dalam pengembangan konten dakwah di media online radarcirebon.tv.

### **3. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara realistis, nyata, dan relevan dengan konteks saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan uraian yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, karakteristik, serta hubungan antara fenomena yang sedang dipelajari. (Rukajat 2018)

Penelitian deskriptif adalah upaya pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang status terkini subjek penelitian. Metode ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang faktual tentang situasi atau keadaan tertentu pada kelompok orang, objek, kejadian, atau sistem pemikiran pada saat ini, dengan tujuan interpretasi yang tepat. (Purba et al. 2021)

Menjelaskan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, baik itu fenomena alam maupun buatan manusia. Penelitian ini juga dapat digunakan untuk menganalisis atau menggambarkan hasil subjek, meskipun tanpa maksud memberikan implikasi yang lebih luas. Penelitian

deskriptif muncul sebagai respons terhadap pertanyaan yang timbul terkait masalah kesehatan, seperti mortalitas, morbiditas, dan dimensi penting lainnya yang memerlukan pemahaman yang komprehensif. (Adiputra et al. 2021).

Dalam penelitian ini, metode deskriptif akan digunakan untuk menggambarkan secara detail strategi yang digunakan oleh tim konten writer radarcirebon.tv dalam mengembangkan konten dakwah di media online. Melalui pendekatan deskriptif, penelitian ini akan fokus pada pemahaman mendalam terhadap strategi kreatif yang diterapkan oleh tim konten writer radarcirebon.tv.

Data akan dikumpulkan, disusun, dan dianalisis untuk mendeskripsikan secara komprehensif langkah-langkah yang diambil oleh tim konten writer dalam merancang, mengembangkan, dan menyebarluaskan konten dakwah di platform media online radarcirebon.tv.

#### **4. Jenis Data dan Sumber Data**

##### **a. Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif, yang mengacu pada data yang bersifat deskriptif. Jenis data ini mencakup berbagai format seperti hasil wawancara, catatan lapangan, foto, rekaman video, dokumen pribadi, memo, dan catatan resmi lainnya. Dalam hal sumber data. Pertama, sumber data primer yang diperoleh langsung dari responden atau informan melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi, atau diskusi.. Kedua, sumber data sekunder yang diperoleh dari berbagai buku, literatur, brosur, dan artikel yang relevan dengan objek penelitian ini.

## b. Sumber Data

### 1) Sumber Data Primer

Data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari pemimpin redaksi dan anggota tim konten writer. Penulis menggunakan teknik wawancara untuk mengumpulkan tanggapan dari informan terkait dengan pertanyaan yang diajukan, baik secara tertulis maupun lisan. Sumber data menjadi fokus utama dalam proses penyelidikan terhadap masalah yang disorot.

### 2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder ini bisa diperoleh dari sumber data yang terpercaya, seperti berbagai buku, literatur, brosur, dan artikel jurnal yang relevan dengan objek penelitian ini.

## 5. Informan atau Unit Analisis

Informan atau unit analisis dalam penelitian ini adalah orang yang memiliki peran penting dalam proses pengembangan konten di media online [radarcirebon.tv](http://radarcirebon.tv). Pimpinan redaksi menjadi informan utama yang akan memberikan wawasan dan pengalaman terkait dengan proses pengembangan konten dakwah.

Selain itu, pemimpin redaksi juga akan menjadi salah satu informan yang berperan dalam memberikan pandangan dan kebijakan terkait arah dan tujuan pengembangan konten dakwah di [radarcirebon.tv](http://radarcirebon.tv).

## **6. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Wawancara**

Wawancara, menurut Sugiyono (2016:194), adalah teknik pengumpulan data yang digunakan saat peneliti ingin menemukan masalah yang akan diteliti atau ingin mendapatkan informasi lebih mendalam dari responden. Wawancara adalah metode di mana peneliti dan responden berbicara secara terstruktur untuk mengumpulkan informasi yang terkait dengan topik penelitian. Dalam penelitian, wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang rinci dan menyeluruh dari informan. Tujuan wawancara ini meliputi menggali informasi tentang orang, peristiwa, perasaan, serta harapan untuk masa depan. (Amirin, Tatang M. 2000).

Wawancara adalah metode yang kuat dan efektif untuk mengevaluasi secara langsung, tidak terbatas pada usia atau tingkat pendidikan responden, dan merupakan bagian penting dari penelitian sosial. Wawancara juga bisa digabungkan dengan observasi agar hasil penelitian lebih lengkap. Namun, metode ini memiliki kelemahan, seperti memakan waktu, tenaga, dan biaya yang cukup banyak, serta hasilnya bergantung pada kesediaan dan kondisi mental responden. (Moleong, Lexy J. 2007).

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pemimpin redaksi dan pihak lain yang terlibat dalam pengembangan konten. Pendekatan wawancara yang digunakan adalah semi-struktural, di mana ada pertanyaan yang disiapkan sebelumnya, tetapi responden diberi kebebasan untuk berbagi pendapat dan

pengalaman mereka. Wawancara dilakukan baik secara tatap muka atau melalui media online, tergantung ketersediaan dan preferensi responden.

## **7. Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif, menurut Sugiyono (2016), mencakup uji kredibilitas data, uji transferabilitas, uji dependabilitas, dan uji confirmability. Dalam konteks penelitian ini, fokus ditujukan pada uji kredibilitas data.

Keabsahan data adalah proses untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan kebenarannya. Untuk penelitian kualitatif, ada beberapa cara untuk memeriksa keabsahan data, yaitu uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. (Sugiyono (2015: 92)

Dalam penelitian ini, uji kredibilitas dilakukan dengan triangulasi. Sebagaimana dikutip dari skripsi M. Wahyudi (2020) dijelaskan oleh Moleong (2016: 330) bahwa triangulasi adalah proses pengecekan keabsahan data dengan membandingkannya dengan data lain di luar penelitian. Sugiyono (2015: 372) juga menegaskan bahwa triangulasi adalah teknik menggabungkan berbagai metode dan sumber data untuk memeriksa keabsahan data, sehingga data yang diperoleh bisa dibandingkan dan dicek kembali.

Uji kredibilitas bertujuan untuk menilai apakah data dalam penelitian kualitatif bisa dipercaya (Prastowo, 2012: 266). Menurut Moleong (2016: 324), uji ini memiliki dua fungsi utama. Pertama, untuk memastikan bahwa hasil temuan

penelitian dapat dipercaya. Kedua, untuk menunjukkan sejauh mana temuan tersebut bisa dipercaya melalui pembuktian dengan kenyataan yang ada.

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2015: 373), triangulasi sumber berarti memeriksa kembali keandalan informasi yang didapatkan dengan waktu dan alat yang berbeda. Hal ini bisa dilakukan dengan memeriksa hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Artinya, informasi yang didapat dari wawancara dicek dengan apa yang sebenarnya dilakukan oleh responden, lalu dibandingkan lagi dengan dokumen lain seperti foto, jurnal ilmiah, penelitian sebelumnya, dan teori yang relevan dengan tujuan penelitian.

## **8. Teknik Analisis Data**

Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah pengolahan dan analisis data. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, yang merupakan laporan tentang data dengan cara menerangkan, memberi gambaran, serta menginterpretasikan data yang telah terkumpul, dan kemudian membuat kesimpulan atas data tersebut.

Peneliti juga akan melakukan seleksi data atau reduksi data untuk memilih data yang relevan dan signifikan. Data tersebut kemudian disajikan secara visual atau naratif untuk memudahkan pemahaman dan mencari makna dari data yang telah diamati atau dikumpulkan. Ini dapat berupa tabel, grafik, atau narasi yang menjelaskan temuan utama dari data. Kemudian, peneliti akan menarik kesimpulan berdasarkan analisis data, mengidentifikasi strategi kreatif yang digunakan oleh tim



konten writer dalam pengembangan konten dakwah di media online radarcirebon.tv.

Selanjutnya, peneliti akan melakukan verifikasi terhadap temuan yang telah dihasilkan dengan membandingkan hasil analisis dengan teori-teori terkait atau hasil penelitian sebelumnya, serta melalui diskusi dengan narasumber atau ahli yang relevan. Dengan menerapkan metode analisis deskriptif ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi kreatif dalam konteks pengembangan konten dakwah di media online khususnya di media Radar Cirebon Televisi serta memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan konten dakwah di media online radarcirebon.tv.

