

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era digital telah memunculkan perubahan pada cara kerja jurnalis dan media dalam publikasi berita kepada khalayak. Media-media di Indonesia telah berkonvergensi atau melakukan penggabungan teknologi cetak, telepon, televisi, dan termasuk memperluas jangkauan publikasi berita pada media sosial. Menurut Dataindonesia.id yang dilansir dari *website We Are Social*, per-Januari 2024 sekitar 139 juta dari total populasi Indonesia aktif menggunakan media sosial. Salah satunya media sosial TikTok yang termasuk dalam lima aplikasi dengan pengguna terbanyak yakni 73,5 % di Indonesia. Tercatat pengguna TikTok menghabiskan waktu hingga 38 jam 26 menit per-bulan untuk mengakses. Teknologi digital membuat akses informasi dilakukan secara instan, sehingga setiap individu sangatlah mudah mencari informasi dari jarak jauh melalui media digital (Haerul, et al., 2024). Kemudian, dilansir dari *datareportal.com* yang bersumber dari data *We Are Social* pada Januari 2025, terdapat 212 juta pengguna internet dan TikTok menjadi *platform* yang fenomenal dengan 108 juta pengguna dewasa di Indonesia.

Perkembangan teknologi yang pesat dan arus informasi yang cepat menjadi tantangan jurnalis dalam kegiatan jurnanisme di era digital dalam mengumpulkan dan mengolah informasi akurat hingga akhirnya dipublikasikan kepada audiens melalui sarana media sosial. Hal ini sejalan dengan teori *gatekeeping*. Jurnalis pada era digital dituntut untuk dapat beradaptasi dengan strategi baru dalam mengumpulkan informasi, merancang ide konten berita yang relevan, menarik,

faktual, aktual, mampu meningkatkan keterlibatan audiens (*engagement*).

Penelitian terkait bagaimana langkah strategis jurnalis dalam proses pembuatan konten digital dan optimalisasi fitur media sosial TikTok untuk peningkatan *engagement* masih terbatas, maka diperlukan informasi mendalam terkait hal tersebut untuk terus memberikan langkah tepat bagi para jurnalis di era digital dalam menyampaikan informasi melalui konten digital dengan kredibel, menarik, dan sesuai etika jurnalistik. Sehingga diperlukan objek yang dapat memberikan pemahaman mengenai strategi yang dilakukan jurnalis untuk pengelolaan media sosial TikTok. Dalam penelitian ini, Jabar Ekspres menjadi pilihan penulis dikarenakan telah terverifikasi oleh Dewan Pers, berhasil mempertahankan eksistensinya hingga saat ini, serta telah mengembangkan distribusi berita pada media sosial TikTok di akun @jabarekspres dan @jabarekspres_id. Profil media sosial TikTok @jabarekspres telah mengunggah sejak Desember 2020, mencapai 419. 800 pengikut dan 16.200.000 jumlah likes pada 22 Mei. Sedangkan pada @jabarekspres_id yang baru aktif mengunggah sejak Februari 2025, saat ini telah memiliki 1.644 pengikut dan 19.900 likes.

Jabar Ekspres dipilih sebagai objek penelitian bukan hanya karena telah berhasil mempertahankan eksistensinya hingga saat ini. Namun, karena adanya fenomena kesenjangan pengikut dan jumlah suka dibandingkan dengan media Radar Bandung dan Tribun Jabar. Berdasarkan data terbaru pada 14 Agustus 2025, Jabar Ekspres yang memulai sejak 2020 memiliki sejumlah 435,9 ribu dan 17, 3 juta likes. Sedangkan pada akun Radar Bandung yang juga memulai di tahun yang sama, saat ini memiliki Followers 9,2 juta dan 257,5 juta likes pada 14 Agustus 2025. Selain

itu akun Tribun Jabar yang memulai sejak 2021 memiliki followers 1,4 juta dan likes 21, 4 juta. Hal ini menjadi perhatian peneliti karena terdapat kesenjangan dalam jumlah pengikut dan likes pada Jabar Ekspres dan memperlihatkan pentingnya meneliti Jabar Ekspres untuk melihat strategi apa yang dilakukan dalam upaya peningkatan engagement dan apa yang perlu di evaluasi sebagai rujukan bagi media lokal lainnya. Kondisi ini relevan untuk diteliti karena dapat mengungkap faktor strategis dan non-strategis yang memengaruhi keterlibatan audiens. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi media lokal lainnya dalam mengoptimalkan strategi jurnalis era digital pada *platform* TikTok untuk meningkatkan *engagement*.

Jabar Ekspres merupakan salah satu media lokal yang memanfaatkan media sosial sebagai *platform* publikasi konten berita, termasuk akun TikTok. Jabar Ekspres berupaya untuk terus mempertahankan audiens agar tetap loyal dengan selalu menjaga keterlibatan audiens atau tingkat *engagement* pada akun TikTok @jabarekspres dan @jabarekspres_id dengan berbagai konten video. Maka, jurnalis memiliki tantangan untuk terus menciptakan beragam konten yang informatif dan interaktif bahkan berpotensi viral dengan pengaruh algoritma namun tetap mengedepankan etika jurnalistik. Oleh karena itu, strategi jurnalis era digital dalam meningkatkan *engagement* di media sosial memiliki peranan yang sangat penting.

Jabar Ekspres merupakan perusahaan di bawah naungan Jawa Pos yang bermula bernama Bandung Ekspres. Jawa Pos adalah salah satu perusahaan penerbitan terbesar di Indonesia. Bandung Ekspres dikelola oleh sebuah *holding company*, PT.

Wahana Semesta Merdeka yang merupakan cabang usaha Jawa Pos Group. Sejarah Bandung ekspres pertama kali terbit pada 07 Februari 2009 di Kota Bandung. Segmentasi pemasarannya kalangan menengah ke atas. Seiring dengan era digital dan perkembangan teknologi yang pesat, Jabar Ekspres menghadapi persaingan dengan membagikan konten digital melalui media sosial Instagram, TikTok, dan aplikasi lainnya.

Penelitian “Strategi Jurnalis Era Digital dalam Meningkatkan *Engagement* pada Media Sosial TikTok Jabar Ekspres” relevan dengan wilayah kajian keilmuan dan jurusan peneliti. Penelitian ini memiliki peran penting dalam wawasan keilmuan Jurnalistik karena saat ini pemanfaatan TikTok sebagai *platform* pemberitaan berkembang pesat di Indonesia sehingga menjadi peluang strategis bagi jurnalis untuk menjangkau audiens lebih luas. Dengan menggali lebih dalam mengenai strategi jurnalis dalam menciptakan konten yang mampu meningkatkan keterlibatan audiens di TikTok, penelitian ini memberikan wawasan agar jurnalis dapat terus meningkatkan kompetensinya dalam mengumpulkan informasi, merancang konten digital, kegiatan produksi konten, dan penyajian berita dengan mengoptimalkan fitur-fitur TikTok. Pemilihan akun media sosial TikTok media Jabar Ekspres dirasa dapat membantu peneliti dalam mendapatkan pemahaman sebagai mahasiswa jurnalistik terkait strategi jurnalis dalam penyaringan informasi, penyusunan rencana konten, produksi, distribusi sajian berita, dan optimalisasi fitur-fitur media sosial yang berdampak pada peningkatan *engagement*.

Engagement, menurut kacamata media sosial dan pemasaran digital berarti tingkat interaksi pengguna pada konten media sosial. Peningkatan *engagement*

diukur berdasarkan tingkat *like*, komentar, *share*, dan *save*. Konten yang menarik akan berdampak pada tingkat keterlibatan pengguna, sehingga strategi *engagement* sangat penting untuk memperkuat koneksi pengguna dengan audiens. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk dapat mempertahankan *engagement* dan mengembangkan strategi agar dapat meningkatkannya, terutama agar dapat menguasai algoritma dan memunculkan konten di beranda audiens.

Algoritma TikTok menjadi tantangan besar dalam memperoleh *engagement* karena bekerja sesuai minat dan ketertarikan pengguna. TikTok memiliki fitur FYP "*For Your Page*" yang menjadi daya tarik dan menampilkan video-video sesuai minat pengguna. Algoritma TikTok sangat cerdas dan dapat secara otomatis mengenali preferensi pengguna, mengatur tayangan konten, dan membuat pengguna lebih banyak eksplorasi dengan konten yang relevan (Chandra, 2023). Banyak faktor yang memengaruhi tingkat keterlibatan pengguna dalam konten di media sosial, seperti menekan tombol mengikuti, menambahkan komentar, video disukai dan disebar, menambahkan ke favorit, dan lainnya. Faktor kedua dipengaruhi oleh informasi di dalam video, seperti *caption*, *sounds*, *hashtags*, filter, dan *trending* topik. Selain itu, pengaturan akun juga berpengaruh terhadap algoritma seperti preferensi bahasa dan negara. Beragam konten yang muncul di media sosial TikTok mendorong pengguna dan pengelola akun TikTok untuk selalu bekerja keras dalam menyebarkan konten berita yang relevan, menarik, dan khas agar memiliki kekhasan tersendiri yang diingat audiens serta konsisten dalam publikasi konten.

Media sosial TikTok memberikan keleluasaan untuk akses konten dan memberikan berbagai fitur untuk mendukung pengguna. Saat ini fitur TikTok diantaranya beranda FYP, perekaman kamera foto dan video, unggah foto dan video, penyuntingan video, filter dan efek, pengisi suara dan efek suara, *live streaming*, duet, *stich*, *story*, dan balasan komentar dengan video. Penggunaan berbagai fitur ini dapat berpengaruh terhadap tingkat *engagement*.

Fenomena cepatnya arus informasi tentu menjadi tantangan di era digital bagi seluruh media, tak hanya pada Jabar Ekspres saja. Informasi atau pesan telah bertransformasi distribusinya menjadi konten digital berupa audio visual. Agar tak kehilangan loyalitas audiens, media-media berlomba dalam mempertahankan eksistensinya di era digitalisasi konten ini dengan pembuatan konten digital di media sosial. Maka berangkat dari fenomena tersebut, penelitian ini memiliki urgensi karena objek penelitian Jabar Ekspres belum pernah diteliti sebelumnya dan akan memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian yang telah ada. Selain itu, cakupan bahasan terkait strategi jurnalis memiliki ruang lingkup yang luas sehingga mencakup strategi konten di dalamnya.

Proses jurnanisme bertransformasi melalui proses konvergensi media dengan akses internet (Waluyo, 2018 dalam Marhamah, 2021). Fenomena jurnanisme digital erat kaitannya dengan profesi jurnalis di era digital. Jurnalis di era digital dituntut untuk menambah kompetensi dalam pembuatan konten berita pada *platform* media sosial berbasis digital. Kemunculan berbagai media sosial seperti Facebook, Tiktok, X, Instagram, dan aplikasi lainnya menjadi tantangan dalam pengelolaan berita dengan arus informasi yang semakin cepat. Diperlukan strategi

konten yang dapat menarik audiens untuk turut berinteraksi dengan memahami algoritma media sosial tersebut.

Dalam era digital ini, TikTok menjadi sarana strategis dalam penyampaian pesan melalui konten berupa video, foto, dan audio kepada audiens. Seperti yang diungkapkan oleh Marshall McLuhan (1964) dalam mahakaryanya “ *Understanding Media: The Extensions of Man* ” media adalah "pesan" itu sendiri, sehingga media adalah suatu pesan dan berdampak signifikan terhadap masyarakat (Silalahi, 2024). Maka, strategi jurnalis dalam membuat konten juga perlu ditingkatkan untuk meraih *engagement*.

Media sosial, terutama TikTok yang mulanya hanya menjadi sarana hiburan, saat ini telah bertransformasi menjadi media informasi, ekspresi diri, dan sarana aktivitas sosial yang dapat diakses pengguna dan melakukan interaksi. Oleh karena itu, pemilik dan pengelola media perlu terus beradaptasi dengan perkembangan media sosial agar tetap relevan saat ini. Media-media di Indonesia telah memiliki akun media sosial TikTok untuk memperluas jangkauan audiens dan mempertahankan eksistensinya. Maka, strategi dalam pengelolaan akun media sosial oleh jurnalis di era digital ini sangat penting untuk dibahas untuk terus mempertahankan tingkat interaksi dan keterlibatan audiens (*engagement*).

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian menjadi arah dan alur penelitian. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan jurnalis di era digital dalam meningkatkan *engagement* pada media sosial TikTok Jabar Ekspres. Selain itu, fokus penelitian ditentukan untuk membuat penelitian lebih terarah, maka muncul

empat pertanyaan penelitian dalam identifikasi permasalahan penelitian ini, yakni :

- 1) Bagaimana jurnalis di era digital dalam mengumpulkan informasi dan menyusun strategi pra produksi konten untuk meningkatkan *engagement* di media sosial TikTok Jabar Ekspres?
- 1) Bagaimana jurnalis di era digital dalam memproduksi konten yang relevan dan menarik di media sosial TikTok Jabar Ekspres?
- 2) Bagaimana jurnalis di era digital melakukan distribusi konten jurnalistik untuk mencapai jangkauan luas dan efektif di media sosial TikTok Jabar Ekspres?
- 3) Bagaimana jurnalis di era digital dalam mengoptimalkan fitur di aplikasi TikTok untuk meningkatkan *engagement* di media sosial TikTok Jabar Ekspres?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Mendeskripsikan jurnalis di era digital mengumpulkan informasi dan menyusun strategi pra produksi konten untuk meningkatkan *engagement* di media sosial TikTok Jabar Ekspres.
- 2) Mendeskripsikan jurnalis di era digital dalam memproduksi konten yang relevan dan menarik di media sosial TikTok Jabar Ekspres.
- 3) Mendeskripsikan jurnalis di era digital melakukan distribusi konten jurnalistik untuk mencapai jangkauan luas dan efektif di media sosial TikTok Jabar Ekspres.

- 4) Mendeskripsikan jurnalis di era digital dalam mengoptimalkan fitur di aplikasi TikTok untuk meningkatkan *engagement* di media sosial TikTok Jabar Ekspres.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini berisi kegunaan penelitian secara akademis dan kegunaan secara praktis.

1.6.1 Secara akademis

- 1) Penelitian ini diharapkan menjadi sumber wawasan bagi pengembangan ilmu Jurnalistik terkhusus mengenai jurnalisme di era digital
- 2) Memberikan suatu gambaran terhadap perkembangan peran jurnalis dan strategi jurnalis dalam penyaringan informasi dan pembuatan konten berita digital di media sosial yang berdampak pada *engagement*. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.6.2 Secara praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi para praktisi media dan jurnalis digital termasuk jurnalis di media sosial dalam memahami bagaimana peran mereka dalam penyebaran konten berita di media sosial serta strategi meningkatkan *engagement* pada akun media.
2. Mahasiswa diharapkan mendapat pemahaman mendalam terkait strategi jurnalis era digital dan inspirasi baru untuk rujukan penelitian.
3. Menjadi rujukan dan saran bagi jurnalis Jabar Ekspres dan jurnalis lainnya dalam memaksimalkan peran mereka untuk meningkatkan *engagement* akun media sosial dengan konten berita menarik dan relevan.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Strategi Jurnalis

Strategi merupakan tindakan yang diambil untuk merespon perubahan dalam lingkungan yang dianggap penting dan dilakukan secara sadar melalui pertimbangan yang rasional dan terencana menurut Suyoto dalam Salma (2023). Strategi memiliki urgensi untuk menjaga kepentingan agar tujuan awal tercapai karena berisi langkah untuk pencapaian target tersebut. Strategi juga digunakan sebagai sarana evaluasi untuk melihat sejauh mana langkah tersebut telah dilakukan dan meminimalisir kegagalan. Strategi menjadi penggambaran suatu tujuan agar lebih efektif dan efisien.

Strategi juga sangat dibutuhkan oleh seorang jurnalis dalam proses jurnalisme yang dilakukan. Jurnalis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah individu yang berprofesi mengumpulkan dan menulis berita untuk dipublikasikan di media massa baik cetak ataupun elektronik. Strategi jurnalis ialah sebuah cara atau langkah yang dilakukan jurnalis dalam merencanakan proses jurnalisme. Dampak teknologi berimbas pada profesi jurnalis dan mengubah berbagai cara dan strategi kerja. Penyebaran konten, digitalisasi konten, dan media yang digunakan untuk publikasi konten berita juga berpengaruh terhadap jangkauan audiens yang lebih global.

1.5.2 Jurnalisme Digital

Shapiro (2013) menyebutkan, jurnalisme merupakan suatu aktivitas dalam proses pencarian informasi akurat tentang sebuah peristiwa, lalu informasi dikemas dan disebarluaskan kepada publik (Marhamah, 2021). Sedangkan jurnalis, atau

dikenal juga wartawan, ialah orang yang mencari informasi tersebut. Peters dan Tandoe (2013) mengungkapkan, jurnalis ialah seseorang yang melakukan pencarian, pengumpulan, pemrosesan dan penyebarluasan informasi akurat untuk melayani kepentingan publik (Ashari, 2019).

Jurnalisme digital merupakan proses penyampaian informasi melalui media internet dengan cara menggabungkan teks, audio, dan video sehingga pengguna internet dapat mengakses kembali berita sebelumnya. Media digital merupakan media yang dipublikasikan *online*, *e-paper*, dan media sosial yang memungkinkan audiens untuk berinteraksi (Haerul, et al., 2024). Dalam jurnalisme digital, media sosial dapat berfungsi untuk mengumpulkan informasi dan memverifikasi sumber informasi.

1.5.3 Engagement

Engagement di media sosial adalah interaksi yang terjadi antara media dengan audiens di berbagai *platform* media sosial, seperti Instagram, X, dan TikTok. Contohnya pemberian *like*, komentar, *share*, dan *save* pada media sosial. *Engagement* menjadi alat ukur untuk melihat tingkat capaian keterlibatan audiens pada akun media sosial (Salma, 2023). *Engagement rate* merupakan metrik yang sering dikaitkan sebagai indikator positif sebuah akun. Tingkat *engagement* memperlihatkan sejauh mana konten berhasil sampai pada audiens hingga menciptakan keterlibatan atau interaksi. Isi konten yang memiliki daya tarik akan memengaruhi ketertarikan audiens dalam melihat konten di media sosial. Tingkat *engagement* yang tinggi akan menjangkau audiens lebih luas. Oleh karena itu, penguasaan terkait *engagement* media sosial perlu dikuasai dalam perancangan

konten, produksi konten, penyajian konten, dan pengoptimalan fitur di media sosial agar meningkatkan interaksi audiens dan berdampak pada *engagement*. Hal ini berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti ini mengenai strategi jurnalis era digital dalam meningkatkan *engagement* pada aplikasi TikTok Jabar Ekspres.

1.5.4 Media Sosial TikTok

Kehadiran media sosial memberikan implikasi dari berbagai aspek seperti sosial, politik, ekonomi, hukum, dan budaya. Media sosial kiranya menjadi sebuah instrumen sosial dalam menjadi wadah komunikasi untuk menyampaikan kepentingan bagi seluruh komponen masyarakat (Sugiana, 2019 :75). Media sosial adalah perantara antara pengguna dan pengguna, pengguna dengan publik, pengguna dengan pengiklan, bahkan pengguna dengan pembuat kebijakan yang membuat aturan tindakan pengguna di media sosial tersebut. Sehingga, berbeda dengan media konvensional (Hasfi, et al., 2023 : 104-105).

Banyak manfaat yang diperoleh dari media sosial, baik hal personal maupun profesional. Dilihat dari penggunaannya secara personal, media sosial dapat dimanfaatkan untuk mengekspresikan diri, menemukan komunitas dengan minat yang sama, dan memperluas wawasan. Sementara dalam hal profesional, media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi yang efektif bagi suatu perusahaan dan merek.

TikTok merupakan salah satu media sosial yang saat ini marak digunakan. TikTok adalah aplikasi media sosial yang menawarkan kepada pengguna untuk membuat dan berbagi video pendek. Pada aplikasi TikTok, video yang dapat diunggah berdurasi hingga maksimal 10 menit. Aplikasi ini memiliki beragam fitur

kreatif, seperti musik dan filter untuk membantu pengguna menciptakan konten yang relevan dan menarik perhatian. TikTok diluncurkan oleh perusahaan *ByteDance* dari Tiongkok pada 2016 silam. Awalnya, aplikasi ini bernama *A.me*, kemudian berganti nama menjadi *Douyin* pada bulan Desember 2016. Kantor pusat global TikTok berada di Los Angeles dan Singapura, dan memiliki kantor di berbagai kota di dunia, termasuk Jakarta.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan meneliti jurnalis di media *Jabar Ekspres* yang berfokus pada pengelolaan media sosial TikTok *Jabar Ekspres* yakni *@jabarkepsres* dan *@jabarekspres_id*. Kantor *Jabar Ekspres* beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.627, Sukapura, Kec. Kiaracondong, Kota Bandung, Jawa Barat, dengan kode pos 40285.

Peneliti memilih media *Jabar Ekspres* karena telah terverifikasi Dewan Pers secara Administratif dan Faktual Dengan Nomor 536/DP-Verifikasi/K/IV/2020 dan menjadi media yang terpercaya sejak 2009. Akun TikTok *@jabarekspres* dan *@jabarekspres_id* merupakan akun sosial media yang telah aktif berkembang dalam publikasi konten berita digital. Saat ini, akun TikTok *@jabarekspres* memiliki pengikut 419.800 dan 16.200.000 jumlah *like*. Sedangkan pada *@jabarekspres_id* yang baru aktif mengunggah konten sejak Februari 2025 lalu, saat ini telah memiliki 1.644 pengikut serta 19.900 *likes*.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

1) Paradigma

Paradigma penelitian menurut Guba dan Lincoln (1988) merupakan kesepakatan dan keyakinan yang disepakati bersama oleh para ilmuwan tentang bagaimana memahami dan menangani sebuah masalah serta kriteria pengujian sebagai suatu pondasi dalam memberikan jawaban dari masalah penelitian (Ridha, 2017). Pada penelitian "Strategi Jurnalis Era Digital dalam Meningkatkan *Engagement* pada Media Sosial TikTok Jabar Ekspres" menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma filosofis yang secara ontologis menggambarkan seperti apa seorang individu membangun suatu gagasan mereka sendiri mengenai realitas melalui kognisi mereka secara aktif yang membuahkan hasil keberadaan realitas ganda. Paradigma ini memberikan penekanan pada konstruksi, deskripsi, dan narasi. Paradigma konstruktivisme dapat menggali informasi yang lebih mendalam terkait pengalaman dan pemahaman individu terhadap pembuatan konten berita di media sosial yang dapat memberikan suatu wawasan dalam merancang sebuah konten relevan dan menarik yang dapat meningkatkan *engagement* akun media sosial.

2) Pendekatan

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mendapatkan informasi dan wawasan mendalam mengenai strategi yang digunakan jurnalis di era digital untuk meningkatkan *engagement* pada akun TikTok Jabar Ekspres yakni @jabarekspres dan @jabarekspres_id. Pendekatan kualitatif merupakan metode yang sangat cocok dengan topik penelitian ini karena akan digunakan untuk melakukan penggalian informasi serta pencarian data yang mendalam dan relevan.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian berisi riset secara deskriptif dan cenderung menggunakan analisis (Wekke et al, 2019 : 34). Proses dan makna lebih ditampilkan. Sehingga, kekuatan kata dan kalimat yang digunakan sangat berpengaruh terhadap analisis dan ketajaman penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif membantu untuk menggambarkan pertanyaan penelitian yang menjadi penentu dalam pengumpulan data serta cara analisis data tersebut. Pendekatan kualitatif memberikan hasil konstruksi informan dari data-data yang berbentuk narasi, ungkapan, percakapan, dan penyampaian cerita. Data diperoleh dari informan melalui teknik observasi dan wawancara. Sehingga pada pendekatan kualitatif tidak melalui mekanisme hitungan statistik yang menyajikan data berupa angka.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode merupakan langkah-langkah sistematis, prosedur atau cara kerja sistematis untuk mengetahui sesuatu. Metode penelitian adalah suatu cara atau langkah yang dilakukan dalam proses penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara lebih spesifik dan mendalam. Penggambaran pada penelitian deskriptif ini digunakan secara keseluruhan sedari awal pembuatan penelitian hingga kesimpulan, tak hanya digunakan ketika menyusun kesimpulan hasil penelitian secara umum saja.

Hal yang melatarbelakangi dalam pemilihan metode penelitian deskriptif adalah bahwa topik penelitian ini memiliki unsur yang berkaitan dengan metode yang digunakan. Bertujuan untuk menggali informasi mendalam, menggambarkan, mendeskripsikan, menjelaskan, dan memberikan validasi data mengenai bagaimana

strategi jurnalis era digital dalam meningkatkan *engagement* pada akun TikTok @jabarekspres dan @jabarekspres_id.

Fokus penelitian dalam penelitian ini membatasi ruang lingkup pembahasan sesuai tujuan yang ingin dicapai agar menghasilkan penelitian yang komprehensif. Penggunaan metode penelitian deskriptif sesuai tujuan peneliti untuk menggali informasi seputar strategi jurnalis era digital dalam pembuatan konten relevan dan pemanfaatan fitur aplikasi TikTok @jabarekspres dan @jabarekspres_id untuk meningkatkan *engagement*.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Dalam penelitian "Strategi Jurnalis Era Digital dalam Meningkatkan *Engagement* pada Media Sosial Tiktok Jabar Ekspres", jenis data yang digunakan penulis merupakan data hasil observasi dan wawancara. Hal ini karena data tersebut dapat menggambarkan wawasan mengenai strategi jurnalis untuk meningkatkan *engagement*.

Dengan analisis keseluruhan data melalui jenis-jenis data tersebut, penelitian ini dapat memberikan suatu pemahaman mendalam tentang bagaimana jurnalis menyaring informasi, merancang suatu konten dalam proses pra produksi, memproduksi dan menyajikan konten, dan seperti apa pengoptimalan fitur-fitur Tiktok dalam meningkatkan *engagement* akun @jabarekspres dan @jabarekspres_id. Hal ini membantu dalam pengambilan keputusan dan proses evaluasi efektivitas strategi jurnalis yang digunakan, mengidentifikasi, dan memberikan saran untuk dilakukan perbaikan atau perubahan lebih lanjut.

2) Sumber Data

a) Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber aslinya atau data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui hasil wawancara bersama informan yakni jurnalis di Jabar Ekspres yang langsung terlibat pada tim media sosial TikTok dan memahami bagaimana proses menyaring informasi, merancang sebuah ide konten, memproduksi konten, dan optimalisasi fitur TikTok untuk kenaikan *engagement*.

b) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber yang telah ada sebelumnya untuk menjadi pelengkap penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui hasil proses observasi dan analisis media sosial serta data *engagement* dari akun TikTok @jabarekspres dan @jabarekspres_id. Observasi dilakukan terhadap jurnalis di era digital yang langsung terlibat dalam tim media sosial TikTok untuk memproduksi konten dan memperhatikan strategi yang diterapkan terhadap *engagement*.

1.6.5 Informan dan Unit Analisis

1) Informan

Informan adalah seseorang yang memberikan suatu informasi dalam penelitian melalui proses wawancara. Informan ialah seseorang yang memberikan informasi terkait situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan merupakan sumber data yang menguasai data informasi sesuai topik, fakta, dan objek penelitian.

2) Teknik Penentuan Informan

Menurut Sugiyono (2022: 85), penentuan informan yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah *purposive sampling*. Dalam penelitian ini dilakukan teknik penentuan informan dengan teknik *purposive sampling* yang melakukan pencarian data dari sumber pada sampel tertentu dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Pertimbangan bermaksud bahwa informan yang dipilih merupakan individu yang paling memahami dan menguasai yang diharapkan pada tujuan penelitian. Adapun kriteria informan yang harus dipenuhi, antara lain :

- a) Informan merupakan jurnalis di Jabar Ekspres yang mengelola media sosial Tiktok @jabarekspres dan @jabarekspres_id.
- b) Informan menguasai perihal strategi jurnalis termasuk proses penyaringan berita, pra produksi, produksi, dan penyajian berita yang dapat meningkatkan *engagement* di media sosial TikTok @jabarekspres dan @jabarekspres_id.
- c) Informan mengetahui perihal data *insight* dan *engagement* TikTok @jabarekspres dan @jabarekspres_id.
- d) Informan mudah untuk proses penggalan informasi, mudah dihubungi serta bersedia menjadi informan penelitian.

3) Unit Analisis

Unit analisis merupakan elemen penelitian yang berkaitan dengan fokus penelitian yang akan diteliti. Hamidi (2005:75-76) menuturkan bahwa Unit Analisis merupakan satuan yang diteliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian (Wibawanto, 2018).

Unit analisis dalam penelitian ini merupakan jurnalis di tim media sosial TikTok Jabar Ekspres untuk penggalan informasi lebih dalam terkait pengalaman dan perspektif mengenai strategi jurnalis era digital dalam pengelolaan akun TikTok dan pembuatan konten berita serta upaya meningkatkan *engagement*.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1) Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi yang dilakukan minimal dua orang atas dasar ketersediaan dalam suasana alamiah. Pembicaraannya mengacu pada tujuan dan kepercayaan menjadi landasan menurut Herdiansyah (2013:31) dalam (Wekke et al, 2019:51). Daftar pertanyaan disusun sebelum proses wawancara dilakukan untuk mengatasi fokus penelitian yang akan dituju. Metode ini digunakan untuk mengeksplorasi topik secara detail. Wawancara digunakan untuk teknik pengumpulan data dengan tujuan menemukan permasalahan yang harus diteliti dan mengetahui informasi dari responden secara lebih mendalam. Wawancara dapat membantu menggali informasi yang datanya lebih detail serta tidak dapat dilakukan melalui proses analisis media sosial saja. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur, dan dapat dilakukan dengan tatap muka (*face to face*) atau juga dengan media lain seperti telepon (Sugiyono, 2022:138). Dalam proses wawancara akan membantu mengungkap dan menganalisis terkait strategi yang dilakukan jurnalis dan data *engagement* yang ada pada akun media sosial Tiktok @jabarekspres dan @jabarekspres_id.

2) Observasi

Observasi merupakan cara untuk mengetahui perilaku pada situasi sosial tertentu menurut Marshall (1995) dalam (Wekke, et al., 2019:49). Melalui teknik observasi, peneliti akan melihat bagaimana langkah strategis yang dilakukan jurnalis Jabar Ekspres dalam menyaring berita, dan mengelola media sosial untuk meningkatkan *engagement* pada media sosial TikTok Jabar Ekspres yaitu @jabarekspres dan @jabarekspres_id. Dijelaskan oleh Faishal (1990) bahwa observasi dikelompokkan menjadi tiga yakni observasi partisipatif, observasi terstruktur dan tersamar, dan observasi tak berstruktur (Wekke, et al., 2019:81). Dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik partisipasi pasif karena peneliti tidak turun langsung dalam kegiatan jurnalis dan hanya datang ke tempat penelitian untuk mengamati. Pada observasi ini, peneliti menjadi pengamat independen untuk mencatat, menganalisis, dan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2022:145).

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik triangulasi data dalam melakukan pengolahan data. Triangulasi data adalah teknik pengumpulan data dengan cara menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. Teknik ini merupakan teknik pengecekan data dari sumber yang beragam dengan berbagai kurun waktu menggunakan berbagai cara. Tujuannya untuk melakukan peningkatan pemahaman peneliti terhadap hasil temuan, bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, hal ini dikemukakan oleh Susan Stainback (1988) dalam (Wekke, et al, 2019:114).

Penerapan triangulasi membantu peneliti dalam meningkatkan keabsahan data dan melengkapi kekurangan sumber data sehingga meminimalisir ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan pada hasil temuan. Triangulasi juga dapat meningkatkan ketajaman dan kedalaman pemahaman peneliti baik terkait fenomena yang diteliti ataupun konteks di mana fenomena itu muncul.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan teknik pengumpulan data sistematis untuk membantu peneliti memperoleh kesimpulan dari perolehan data. Teknik analisis data yakni sebuah proses dalam mengatur urutan data, membuat pola kategori yang terorganisir dan satuan uraian data menurut Patton dalam (Wekke, et al, 2019:89). Pada buku “Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan” (Sidiq dan Choiri 2019:79) digunakan berdasarkan tiga alur kegiatan yang dituturkan oleh Menurut Miles & Huberman (1984), yakni :

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pencatatan dan pengumpulan data di lapangan dan dilakukan pengelompokkan sesuai kebutuhan untuk mempermudah peneliti dalam menggunakan data sesuai fokus yang diperlukan. Pada reduksi data, peneliti terikat dengan tujuan. Reduksi data dilakukan berdasarkan hasil data yang diperoleh melalui proses wawancara dengan jurnalis Jabar Ekspres mengenai topik penelitian yang diangkat.

2) Penyajian Data

Setelah data direduksi, lalu dilakukan analisis data dengan mendeskripsikannya menjadi bentuk narasi, bagan, tabel, gambar dan lainnya yang mempermudah

pemahaman data karena telah terorganisir dengan baik. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan “*the most frequen from of display data for qualitative research data in past has been narrative text*”, paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Pada penelitian ini, hasil penelitian berupa narasi deskriptif beserta dokumentasi gambar hasil wawancara, dan grafik terkait *engagement* akun @jabarekspres dari bulan Januari sampai dengan Mei. Selain itu juga pada akun @jabarekspres_id sejak Februari sampai Mei.

3) Verifikasi

Proses ini adalah proses terakhir analisis data yang akan dilakukan langkah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dengan melihat hasil temuan. Kesimpulan diambil dengan membandingkan atau menghubungkan hasil temuan satu sama lain. Kesimpulan diharapkan memberikan jawaban terkait fenomena atau permasalahan yang diangkat dan menjadi temuan baru atau memperjelas temuan yang sudah ada namun masih diragukan. Data *display* yang telah disajikan dan dikemukakan bila didukung dengan data-data yang telah terverifikasi, maka dapat dijadikan kesimpulan yang kredibel.

1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian

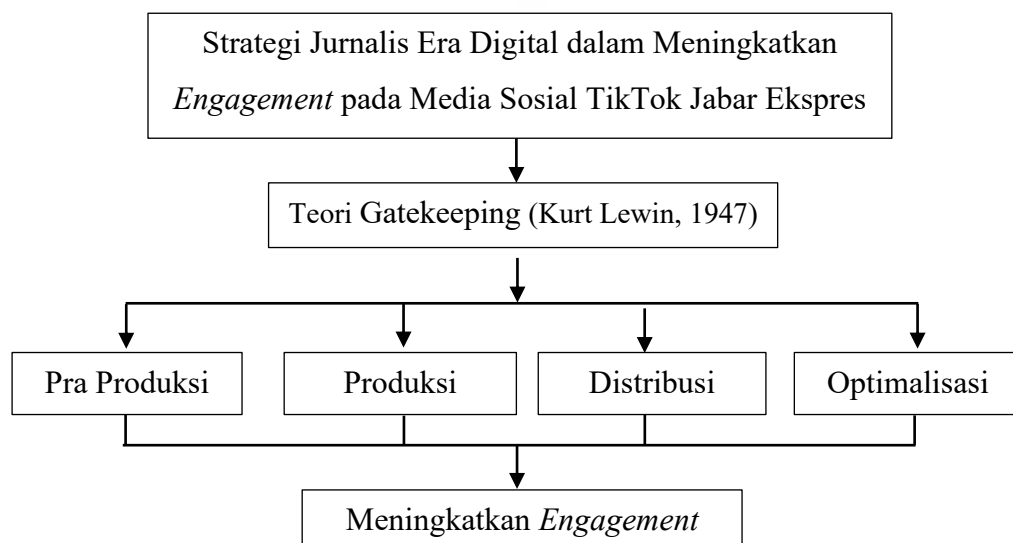
Jadwal Penelitian “Strategi Jurnalis Era Digital dalam Meningkatkan Engagement pada Media Sosial Tiktok Jabar Ekspres” direncanakan akan dilaksanakan pada bulan Desember 2024 — Juni 2025.

Tabel 1.2 Rencana Jadwal Penelitian

No.	Tahap dan Penyusunan Penelitian	Waktu Pelaksanaan								
		2023			2024					
		10	11	12	1	2	3	4	5	6
1.	Penyusunan Proposal Penelitian									
2.	Bimbingan Proposal Penelitian									
3.	Seminar Usulan Proposal Penelitian									
4.	Pengumpulan Data Primer dan Sekunder									
5.	Pengolahan Data									
6.	Penyerahan Data									
7.	Sidang Munaqasyah									

Sumber: (Data diolah Peneliti, 2025)

1.7 Skema Penelitian

**Gambar 1.1 Skema Penelitian**