

BAB I

PENDAHULUAN

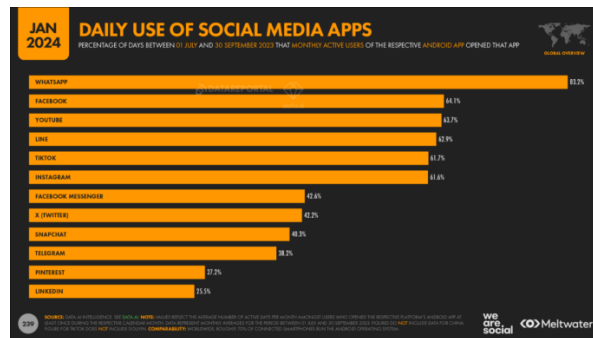
1.1 Latar Belakang

Transformasi digital yang terjadi dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara memproduksi, mengakses, dan menyebarkan informasi. Seiring dengan meningkatnya pemakaian internet di seluruh dunia, akses terhadap media digital berlangsung secara cepat dan mudah. Meningkatnya kebutuhan akan informasi dan kemudahan akses internet membuat individu dapat berkomunikasi secara efisien. Berbagai inovasi baru muncul dengan ritme yang pesat, seakan perkembangannya tidak terkendali. Media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar sedikit demi sedikit mulai ditinggalkan, masyarakat beralih menggunakan media baru (*new media*). Hal ini mendorong pergeseran perilaku audiens dari mengandalkan media konvensional menjadi memanfaatkan platform digital yang menawarkan kemudahan akses dan fitur canggih.

Perubahan pola konsumsi masyarakat ini juga mempengaruhi produsen konten dan pelaku industri untuk beradaptasi demi memenuhi ekspektasi audiens. Mereka dituntut memanfaatkan berbagai fitur dan platform digital yang tersedia supaya menarik perhatian audiens. Kehadiran media baru dalam konteks ini menjadi ruang bagi produsen untuk menghasilkan konten yang lebih kreatif, relevan, dan sesuai dengan preferensi audiens. Perubahan ini juga menuntut adanya strategi baru dalam merancang dan memasarkan produk supaya tetap kompetitif di tengah arus informasi yang begitu cepat dan beragam.

Menurut Kotler dalam Chatia dkk (2014) kehadiran media baru membuat produsen harus berupaya memaksimalkan produknya, karena konsumen semakin cerdas dalam memilih produknya (Hastasari, *et al.*, 2014: 138). Maknanya, produsen perlu mengoptimalkan produk dan menerapkan strategi pemasaran yang kreatif sesuai dengan ekspektasi pengguna karena pengguna kini lebih kritis dan selektif dalam menentukan suatu produk atau layanan. Contohnya seperti platform Youtube yang mampu menarik perhatian audiens secara luas berkat konten yang menarik dan informatif. Youtube merupakan platform yang mempunyai fungsi untuk membagikan video kepada khalayak melalui internet. Kita dapat mengakses Youtube untuk menemukan berbagai video yang diunggah orang lain dan mengunggah video hasil karya sendiri melalui akun pribadi.

Youtube sebagai salah satu platform digital berisi video terbesar di dunia telah menjadi bagian dari masyarakat modern. Berdasarkan data We Are Social dan Hootsuite, pada Januari 2024 Youtube menempati posisi ketiga penggunaan harian aplikasi sosial media dengan persentase sebesar 63,7%. Hal ini menegaskan bahwa Youtube berperan sebagai salah satu platform paling populer untuk mengonsumsi informasi terutama konten video.



Gambar 1.1 Data Penggunaan Harian Aplikasi Sosial Media

Sumber : *We Are Social and Hootsuite*

Salah satu keunggulan utama Youtube adalah fleksibilitas dalam hal durasi konten yang tersedia. Platform ini memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mengakses video singkat berisi informasi, animasi, hiburan, hingga tayangan mendalam seperti dokumenter, investigasi, maupun video jurnalistik berdurasi panjang. Fitur-fitur yang dimiliki Youtube menjadi sarana yang tepat untuk memenuhi beragam kebutuhan informasi, mulai dari berita harian hingga analisis mendalam terkait isu global. Selain itu, algoritma Youtube memudahkan pengguna menemukan konten yang relevan sesuai preferensi dan riwayat penelusurannya. Youtube mampu menjangkau audiens yang tepat sekaligus menciptakan interaksi langsung antara pembuat konten dan audiens.

Hal ini mendorong media untuk beradaptasi dengan platform seperti Youtube karena media tidak hanya dituntut untuk menyajikan informasi saja, tetapi juga menyampaikannya dalam format yang menarik dan relevan dengan karakter audiens digital. *Digital storytelling* dalam produk jurnalistik menjadi salah satu pendekatan efektif untuk menjangkau audiens yang kritis dan selektif.

Pada dasarnya, *storytelling* memiliki makna bercerita. Digital *storytelling* menggabungkan elemen naratif yang mendalam dengan visual yang menarik, disertai data relevan untuk menciptakan video yang tidak hanya informatif, namun dapat membangun keterlibatan emosional dengan audiens melalui platform digital. Menurut Somvanshi (2019) dalam Sisca (2024) penceritaan melalui media audio-visual merupakan metode paling efektif karena elemen visual ini menjadi faktor utama bercerita menjadi menarik. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa ketika teks digabungkan dengan gambar, perhatian dan daya ingat akan meningkat serta memberikan dampak besar bagi pola pikir manusia (Gurning, 2024: 4). Media audiovisual ini dapat menyampaikan pesan kompleks dengan cara yang sederhana dan mudah dipahami. Saat narasi disampaikan dengan visual yang kuat, audiens cenderung terlibat dan terhubung dengan cerita atau isu yang disampaikan.

Salah satu media yang menerapkan dan memanfaatkan digital *storytelling* jurnalistik adalah Narasi Newsroom melalui konten Buka Mata di *channel* Youtube nya. Didirikan oleh Najwa Shihab, Narasi Newsroom dikenal karena konten-konten kreatif yang menggabungkan elemen jurnalistik dengan *storytelling* pada platform digital untuk menyampaikan berbagai isu, mulai dari isu sosial, politik, budaya, dan lingkungan yang kompleks guna memberikan pemahaman mendalam kepada audiens.

Konten dengan durasi yang cukup panjang ini tidak hanya menghadirkan data dan fakta yang relevan, tetapi juga menampilkan visual sinematik serta narasi yang mengunggah emosional audiens. Selain itu, konten Buka Mata biasanya menghadirkan wawancara eksklusif dengan korban yang terdampak dari isu

tersebut. Sebagai contoh, salah satu episodenya yang berjudul “*Membongkar Mafia Tanah di Dago Elos*” membahas praktik mafia tanah di Dago Elos dengan menyajikan sudut pandang korban yang berupaya mempertahankan tanah dan haknya. Selain itu, episode ini dikemas dengan bahasa yang mudah dimengerti dan menyentuh hati audiens.

Berdasarkan pemaparan di atas, digital *storytelling* dalam produk jurnalistik yang diterapkan dalam konten Buka Mata menunjukkan bagaimana pendekatan ini diadaptasi untuk memenuhi kebutuhan audiens di era digital. Melalui digital *storytelling*, informasi yang disajikan tidak hanya sekedar data dan fakta dengan format yang menarik, tetapi juga menciptakan kedekatan emosional audiens melalui video cerita yang disajikan pada platform digital. Keterlibatan audiens dalam memahami isu juga menjadi pertimbangan penting karena hal ini dapat meningkatkan kesadaran audiens dalam konteks yang lebih luas.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat judul *Digital Storytelling dalam Produk Jurnalisme Investigasi : Studi Deskriptif Program Buka Mata pada Channel Youtube Narasi Newsroom* karena dalam proses observasi pencarian skripsi terdahulu di ruang lingkup UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dirasa belum terdapat penelitian yang serupa. Diharapkan penelitian ini menjadi kebaruan dan acuan untuk penelitian selanjutnya serta bermanfaat bagi dunia jurnalistik.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti akan membatasi ruang lingkup penelitian guna memperjelas arah penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini mengeksplorasi penerapan digital *storytelling* dalam proses produksi

konten jurnalistik serta strategi tim produksi dalam mengemas konten. Maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Bagaimana penerapan mediatisasi digital *storytelling* dalam konten Buka Mata pada *channel* Youtube Narasi Newsroom?
- 2) Bagaimana strategi tim produksi dalam mengemas konten Buka Mata supaya menarik di platform Youtube?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui penerapan mediatisasi digital *storytelling* dalam konten Buka Mata pada *channel* Youtube Narasi Newsroom.
- 2) Untuk mengetahui strategi tim produksi dalam mengemas konten Buka Mata supaya menarik di platform Youtube.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Akademis

- 1) Menjadi wawasan dan kontribusi teoritis dalam perkembangan jurnalistik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- 2) Menjadi sumbangan literasi bagi pembaca mengenai penerapan digital *storytelling* yang dilakukan Narasi Newsroom pada platform digital seperti Youtube.
- 3) Menjadi bahan referensi atau kajian lebih lanjut untuk penelitian yang akan datang mengenai pendekatan dan pengemasan konten jurnalistik di berbagai platform digital.

1.4.2 Secara Praktis

- 1) Membantu masyarakat dalam memahami bagaimana media menggunakan digital *storytelling* pada produk jurnalistik untuk menyebarkan informasi secara lebih menarik dan efektif.
- 2) Memberikan wawasan tentang pengaruh teknik penyampaian cerita dan dampaknya terhadap audiens.
- 3) Menjadi rujukan dalam mengoptimalkan platform digital sebagai alat penyebaran informasi.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori digital *storytelling* dari Nick Couldry. Digital *storytelling* sebagai fenomena sosial yang berpotensi mengubah struktur komunikasi dan distribusi narasi dalam masyarakat, dapat menjadi alat untuk menyampaikan pengalaman individu di ruang publik serta membentuk opini publik (Couldry, 2008: 2-3). Adanya digital *storytelling* memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menyampaikan pengalaman dan perspektif dalam berbagai isu sosial dan politik. Pembahasan utama dalam teori ini mengenai konsep media, yaitu mediatisasi (*mediatization*) dan mediasi (*mediation*). *Mediatization* berfokus pada bagaimana media dapat mempengaruhi aspek kehidupan sosial dengan cara yang sistematis, sedangkan *mediation* berfokus pada interaksi yang diciptakan antara media dan masyarakat yang bersifat kompleks dan dinamis.

Digital *storytelling* lebih mudah dipahami dengan konsep mediatisasi (*mediatization*) karena media digital tidak hanya berfungsi sebagai platform

penyampaian cerita atau informasi, tetapi juga membentuk cara cerita dibuat, dibagikan, dan diterima audiens. Selain menyampaikan informasi, media digital mendorong keterlibatan aktif audiens untuk membentuk opini publik dan terbiasa dengan dinamika platform digital.

Penelitian ini juga menggunakan teori naratif dari Walter Fisher. Menurut Fisher dalam Yunus dan Prijana (2017) pada dasarnya manusia merupakan seorang pendongeng atau pencerita (*homo narrans*), keyakinan dan perilaku mereka dipengaruhi oleh aspek nilai, emosi, dan estetika (Winoto & Prijana, 2017: 173-174). Teori ini juga memuat mengenai koherensi naratif (apakah cerita tersusun dengan baik mulai dari plot, latar, tema dan lainnya) serta fidelitas naratif (apakah cerita tersebut selaras dengan realitas audiens).

1.5.2 Landasan Konseptual

1) Digital *Storytelling* dalam Produk Jurnalistik

Menurut Maddin (2011) dalam Asti (2020) digital *storytelling* merupakan salah satu bentuk komunikasi termediasi yang menggunakan seperangkat teknologi informasi dan komunikasi dengan tujuan melakukan penukaran informasi yang dikemas ke dalam beberapa topik dengan gaya penyajian yang menarik (Prasetyawati, 2020: 199-212). Berdasarkan pengertian tersebut, mempunyai makna bahwa digital *storytelling* merupakan bentuk komunikasi yang memanfaatkan teknologi informasi untuk menyampaikan pesan secara menarik dan efektif. Informasi disajikan melalui media digital seperti gambar, video, dan audio dengan tujuan untuk menambah pengalaman audiens melalui narasi visual

interaktif, sehingga pesan yang disampaikan akan lebih mudah diingat dan dipahami.

Pada konteks jurnalistik, digital *storytelling* merupakan pendekatan yang memungkinkan jurnalis untuk menyampaikan berita secara interaktif dan menarik dengan menggabungkan elemen visual dan teks narasi yang kuat. Digital *storytelling* membuat informasi atau cerita yang disampaikan bersifat emosional, sehingga audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dapat merasakan emosi yang terkandung di dalamnya.

2) Platform Youtube

Youtube merupakan salah satu platform digital yang memuat berbagai konten video di dalamnya dan berguna untuk menyampaikan informasi serta hiburan. Menurut Adinda dalam *“Penerapan Youtube Sebagai Media Baru Dalam Komunikasi Massa”* menyatakan bahwa Youtube adalah sebuah situs daring yang menyediakan berbagai informasi dan juga menjadi wadah semua orang untuk berbagi video yang dikemas secara bagus dan mempunyai ciri khas tersendiri dari pengunggahnya (Reynata, 2022: 99).

Youtube di dirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. Pada 2006, platform ini resmi diakuisisi oleh Perusahaan Google. Youtube mempunyai banyak fitur yang memudahkan pengguna dalam mengakses informasi, misalnya fitur chat, komentar, siaran langsung, hingga rekomendasi konten video.

Sebagai media baru (*new media*), Youtube mendorong perusahaan media untuk beradaptasi dengan platform digital, karena media tidak hanya dituntut untuk

menyajikan informasi saja, tetapi juga menyampaikannya dalam format yang menarik dan relevan dengan audiens digital. Youtube menjadi wadah bagi perusahaan media untuk menjangkau audiens dengan lebih luas, interaktif, dan memperkuat *branding* di era digital.

3) Jurnalisme Investigasi

Berbagai bentuk liputan ada dalam ranah jurnalistik yang ditentukan serta disesuaikan dengan tujuan, tingkat kedalaman informasi, dan topik yang diangkat. Salah satu bentuk liputan yang memiliki kompleksitas tinggi serta berfokus pada pembongkaran fakta-fakta tersembunyi adalah jurnalisme investigasi. Jurnalisme investigasi tidak sama dengan laporan berita biasa yang hanya bersifat informatif dan mengikuti alur, sebab jurnalisme investigasi hadir untuk membongkar realitas yang sering disembunyikan oleh kepentingan tertentu. Pelaksanaan jurnalisme investigasi memerlukan waktu yang panjang, riset yang mendalam, dan keberanian menghadapi tantangan ketika berada di lapangan.

Menurut Atmakusumah (2001), jurnalisme investigasi merupakan kegiatan yang melaporkan adanya “jejak kaki” di suatu peristiwa pada tempat kejadian perkara (Kurnia, 2009: 7). Istilah “jejak kaki” ini bersifat konotatif merujuk pada upaya jurnalis menelusuri berbagai bukti yang disembunyikan hingga pola tidak wajar di dalam suatu peristiwa. Dengan demikian, jurnalisme investigasi berfungsi untuk menyampaikan informasi yang tidak hanya berada di permukaan, namun harus mengungkap fakta hingga ke akar dan menjawab pertanyaan mengapa realitas tersebut disembunyikan untuk suatu kepentingan tertentu. Jurnalisme investigasi ini

juga menjadi tombak untuk mendorong adanya transparansi, akuntabilitas, dan keadilan sosial dalam kehidupan masyarakat.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada kantor Media Narasi TV yang berlokasi di Intiland Tower FL 20, Jalan Jenderal Sudirman Kav.32, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta. Lokasi ini dipilih supaya memudahkan peneliti dalam mewawancarai sumber informasi yang terpercaya.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme memandang pengetahuan dibentuk berdasarkan konsepsi atau pemahaman seseorang yang berkembang melalui pengalaman realitasnya. Asumsi dasar dalam konstruktivisme yaitu realitas tidak dibentuk secara ilmiah dan campur tangan Tuhan, namun dibentuk dan dikonstruksi berdasarkan pengalaman tertentu (Butsi, 2019: 53). Penggunaan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini supaya mendapatkan pemahaman yang membantu proses interpretasi suatu peristiwa, dalam hal ini berkaitan dengan penerapan *Digital Storytelling dalam Produk Jurnalisme Investigasi : Studi Deskriptif Program Buka Mata pada Channel Youtube Narasi Newsroom*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif mempunyai tujuan untuk mendapatkan data secara mendalam. Penelitian ini membangun gambaran yang kompleks dan dapat menjawab elemen *5W + 1H* yang menjelaskan suatu peristiwa tertentu. Penelitian kualitatif merupakan suatu

pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang ada dan diberikan oleh individu atau kelompok individu untuk masalah sosial atau manusia (Rasyid, 2022: 15).

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif untuk memahami secara mendalam penerapan mediatisasi digital *storytelling* dalam setiap konten Buka Mata dan strategi tim produksi dalam mengemas konten Buka Mata supaya menarik di platform Youtube. Data yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data deskriptif berbentuk kata maupun kalimat yang berasal dari informan penelitian. Metode studi deskriptif merupakan metode penelitian yang mengumpulkan data dari lapangan seperti wawancara, dokumen, rekaman suara, catatan, dan lainnya untuk digambarkan dan diuraikan dalam bentuk kata-kata (Triyono, 2021: 3).

Studi deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi, penjelasan, dan validasi mengenai fenomena yang diteliti dengan syarat masalah yang dirumuskan layak untuk diangkat, memiliki nilai ilmiah, tidak bersifat terlalu luas, dan data yang digunakan bersifat fakta bukan opini (Ramdhan, 2021: 7-8).

Menurut Gall *dkk.*, penelitian deskriptif menggambarkan suatu fenomena beserta karakteristiknya dengan berfokus pada apa yang terjadi daripada bagaimana atau mengapa hal tersebut terjadi, sehingga pengumpulan data umumnya dilakukan melalui observasi dan survei (Nassaji, 2015: 129-132).

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif yang bersifat deskriptif. Data kualitatif merupakan data yang berbentuk kata-kata berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan. Pemilihan jenis data ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses produksi konten jurnalistik dengan pendekatan digital *storytelling*, khususnya konten Buka Mata di kanal Youtube Narasi Newsroom. Data kualitatif ini dimanfaatkan untuk menjawab fokus penelitian, yaitu penerapan mediatisasi digital *storytelling* serta strategi tim produksi dalam mengemas konten supaya menarik. Melalui data ini, peneliti dapat menafsirkan dan mengaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian.

2) Sumber Data

(1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara kepada narasumber terkait, yaitu eksekutif produser dan produser program Buka Mata dari Narasi Newsroom. Pemilihan narasumber ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kedua narasumber merupakan pihak yang terlibat secara langsung dalam proses produksi konten, mulai dari tahap perencanaan hingga penyajian akhir di platform Youtube. Selain itu, pengalaman dan wawasan mendalam mengenai konten Buka Mata yang diproduksi, narasumber tersebut

dipandang memiliki kapasitas untuk memberikan informasi yang relevan sesuai dengan kriteria informan.

(2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa video konten Buka Mata yang telah diunggah oleh Narasi Newsroom. Data sekunder digunakan untuk memperkuat hasil wawancara yang telah dilakukan.

1.6.5 Informan atau Unit Analisis

1) Informan

Informan dalam penelitian ini adalah dua orang dari tim produksi Buka Mata yang dapat memberikan informasi relevan mengenai *Digital Storytelling dalam Produk Jurnalisme Investigasi : Studi Deskriptif Program Buka Mata pada Channel Youtube Narasi Newsroom*. Kedua informan tersebut merupakan eksekutif produser dan produser program Buka Mata yang mempunyai tanggung jawab utama dalam menentukan proses produksi, arah editorial, hingga strategi penyampaian konten di platform Youtube.

2) Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan sampel yang diambil sesuai dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022: 218-219). Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Informan merupakan pihak yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung dalam proses produksi program Buka Mata terdiri dari produser program

Buka Mata dan eksekutif produser. Produser program bertanggung jawab dalam merencanakan, mengarahkan, dan mengawasi proses produksi konten, serta eksekutif produser memiliki peran strategis dalam pengambilan keputusan, penyusunan konsep, dan memastikan kualitas serta relevansi konten.

1.6.6 Teknik Pengumpulan data

1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan. Observasi dalam penelitian kualitatif digunakan untuk melihat dan mengamati secara langsung objek penelitian, sehingga peneliti mampu mencatat dan menghimpun data yang diperlukan pada penelitian (Yasin, Garancang, & Hamzah, 2024: 169). Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk melengkapi data yang dibutuhkan mengenai penerapan pendekatan digital *storytelling* dan strategi pengemasan konten oleh tim produksi Buka Mata.

2) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui proses interaksi langsung antara peneliti dan informan. Kegiatan wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, peneliti bebas untuk bertanya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian (Sahir, 2021). Peneliti akan memberikan pertanyaan kepada informan yang berkaitan dengan penelitian dengan metode wawancara semi terstruktur. Menurut Nietzel dkk (1998), wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan dengan telah mempersiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber, tetapi urutannya bersifat fleksibel tergantung pada arah pembicaraan (Fadhallah, 2020: 7). Peneliti akan

memberikan pertanyaan kepada narasumber sesuai dengan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya, namun tidak menutup kemungkinan untuk pertanyaan terbuka lainnya sesuai dengan arah pembicaraan. Wawancara dengan informan dilakukan secara bertatap muka dan menggunakan *google meet* karena tidak memungkinkan untuk bertemu.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik yang digunakan peneliti untuk menentukan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi data. Teknik ini berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan apakah sudah sesuai dengan yang peneliti inginkan. Menurut Denkin dalam Dedi dkk (2023) triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif berbeda (Susanto, Risnita, & Jailani, 2023: 55). Triangulasi meliputi :

1) Triangulasi Metode

Triangulasi metode merupakan proses membandingkan data dengan menggunakan metode yang berbeda untuk memastikan validitas data yang diperoleh. Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara antara produser dan eksekutif produser Buka Mata terhadap analisis konten Buka Mata. Perbandingan ini digunakan untuk melihat kesesuaian antara penjelasan narasumber mengenai penerapan digital *storytelling* dengan bukti visual, audio, dan narasi yang muncul dalam konten. Hasil triangulasi metode menunjukkan bahwa temuan dari wawancara konsisten dengan pengamatan terhadap struktur cerita,

penggunaan elemen visual dan audio, serta strategi pengemasan konten di *channel* Youtube Narasi Newsroom.

2) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan proses untuk meningkatkan kredibilitas data dengan membandingkan dan mengecek informasi yang telah diperoleh dari informan. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari dua narasumber utama, yaitu Arbi Sumandoyo (Produser Program Buka Mata) dan Mufti Sholih (Eksekutif Produser). Hasil triangulasi sumber menunjukkan konsistensi penjelasan keduanya terkait strategi produksi dan penerapan digital *storytelling*.

3) Triangulasi Teori

Triangulasi teori merupakan proses membandingkan hasil penelitian dengan berbagai teori yang relevan untuk meningkatkan pemahaman dalam penelitian. Pada penelitian ini, hasil analisis data dibandingkan dengan teori mediatisasi dari Nick Couldry, teori naratif dari Walter Fisher, serta kajian konseptual yang terkait. Hasilnya menunjukkan bahwa konten Buka Mata mencerminkan praktik mediatisasi di era digital. Cerita dirancang supaya dapat menjangkau audiens secara luas melalui platform Youtube dengan memanfaatkan kekuatan visual, audio, dan interaktivitas serta strategi produksi *Buka Mata* sesuai dengan prinsip naratif yang kuat dan logis.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang digunakan untuk memeriksa data yang telah dikumpulkan, Teknik ini merupakan langkah terakhir yang dilakukan peneliti setelah tahap pengumpulan data dalam penelitian. Schutt (2011) berpendapat bahwa dalam mendeskripsikan data tekstual, analisis kualitatif cenderung bersifat induktif, di mana peneliti diminta untuk mengidentifikasi langkah-langkah dalam mengelaborasi data (Mustakini, 2018).

Huber dan Miles (1994) (dalam Mustakini, 2018: 300-312) juga menjelaskan tiga alur yang dilakukan dalam analisis data, yaitu:

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses menyeleksi dan menyederhanakan data berupa catatan atau transkrip. Proses kategorisasi dilakukan dengan mengacu pada konsep dan fokus penelitian. Reduksi data dilakukan dengan memilah dan mengelompokkan hasil wawancara dari produser dan eksekutif produser Buka Mata, kemudian data disusun sesuai fokus penelitian. Hasil reduksi data menghasilkan kategori yang mempermudah proses analisis, seperti penggunaan elemen visual dan audio dan proses pra-pasca produksi.

2) Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahap menyajikan data secara sistematis setelah dilakukannya reduksi data. Data yang telah dikumpulkan dan disusun nantinya akan memberikan argumentasi yang mendukung temuan penelitian dan memudahkan pembaca dalam memahami hasil analisis. Penyajian data dilakukan dengan menampilkan uraian naratif yang memuat pernyataan narasumber sesuai kategori.

Peneliti juga mencantumkan kutipan langsung dari informan untuk memperkuat dan memperjelas penyajian data.

3) Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap kesimpulan dan verifikasi dilakukan untuk memperjelas pemahaman terhadap masalah yang diteliti dan menjawab permasalahan penelitian. Kesimpulan ditarik setelah seluruh data wawancara dianalisis dan dikaitkan dengan teori mediatisasi Nick Couldry, naratif Walter Fisher, serta kajian konseptual terkait. Verifikasi dilakukan dengan meninjau kembali transkrip wawancara dan memastikan sesuai dengan informasi yang disampaikan informan. Peneliti menarik kesimpulan bahwa Buka mata menerapkan pendekatan digital *storytelling* serta mempunyai strategi khusus untuk platform dan audiens digital. Lebih lanjut pembahasan ini tercantum pada Bab III penelitian.

1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian

Rencana jadwal penelitian akan dilaksanakan selama enam bulan, yaitu pada bulan Februari-Agustus 2025. Rentang waktu ini dianggap cukup untuk melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dan informasi yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Waktu Kegiatan										
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep
1.	Penyusunan Proposal Penelitian											
2.	Seminar Usulan Proposal Penelitian											
3.	Persiapan Penelitian											
4.	Pengumpulan Data											
5.	Pengolahan Data											
6.	Analisis Data											
7.	Penyusunan											
8.	Hasil Penelitian											
9.	Sidang Skripsi											
10	Perbaikan											

Sumber : Olahan Peneliti, 2025