

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan dalam praktik jurnalisme di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Jika sebelumnya jurnalisme identik dengan media cetak dan siaran, kini praktik tersebut telah bertransformasi ke ranah digital yang jauh lebih dinamis dan interaktif. Perubahan ini melahirkan apa yang dikenal sebagai jurnalisme digital, sebuah bentuk praktik jurnalistik yang secara penuh memanfaatkan platform internet dan teknologi digital dalam setiap tahapan kerjanya. Romli (2018:15-16) mendefinisikan jurnalisme digital sebagai proses peliputan, penulisan, dan penyebaran berita yang dilakukan melalui media berbasis internet dengan memanfaatkan keunggulan multimedia, interaktivitas, dan kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Di tingkat global, Deuze (2003:45) membagi tiga karakteristik utama jurnalisme digital yang membedakannya dari jurnalisme konvensional, yakni multimedialitas, interaktivitas, dan hipertekstualitas. Karakteristik-karakteristik inilah yang kemudian membuat media massa tidak hanya hadir secara digital tetapi mengadaptasi juga cara penyajian beritanya agar sesuai dengan alur dan kebutuhan audiens di era digital. Salah satu wujud tersebut adalah pemanfaatan platform media sosial sebagai kanal distribusi berita yang kini semakin banyak. Di Indonesia, penggunaan media sosial tumbuh dengan sangat pesat, Berdasarkan laporan Digital 2024: Indonesia yang diterbitkan oleh We Are Social dan Meltwater (Kemp, 2024, pp. 5-6), jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia telah mencapai 139 juta jiwa, dengan Instagram menempati posisi ketiga platform yang paling banyak

digunakan. Lebih dari 100 juta pengguna aktif Instagram tercatat di Indonesia, dan sekitar 65% di antaranya berada pada rentang usia 18–34 tahun. Data ini mengindikasikan bahwa Instagram bukan sekadar platform hiburan, melainkan telah berkembang menjadi ruang publik digital yang signifikan untuk distribusi dan konsumsi informasi, khususnya di kalangan generasi muda.

Fenomena ini mendorong media massa, baik nasional maupun lokal, untuk secara aktif hadir dan berstrategi di Instagram. Nasrullah (2018:21-23) menjelaskan bahwa media sosial telah mengubah pola distribusi berita dari yang semula bersifat satu arah menjadi komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya interaksi antara media dan audiens. Pergeseran ini tidak hanya merubah cara media menyebarkan berita, tetapi juga cara audiens mengonsumsi dan merespons berita.

Radar Bandung merupakan salah satu media lokal di Jawa Barat yang mengalami proses transformasi digital tersebut. Sebelum tahun 2016, Radar Bandung beroperasi sebagai media cetak atau media konvensional dengan pola distribusi berita yang satu arah. Pada periode ini, keterlibatan audiens terhadap konten berita sangat terbatas karena tidak tersedia kanal interaksi yang memadai. Kondisi tersebut diperburuk oleh tekanan struktural yang dialami industri media cetak secara umum, meliputi penurunan oplah, menyusutnya pendapatan iklan, serta kesulitan menjangkau segmen pembaca muda yang telah beralih ke platform digital (Nasrullah, 2019:14).

Memasuki tahun 2016, Radar Bandung mulai hadir di Instagram melalui akun @radarbandung.id sebagai bagian dari strategi jurnalisme digitalnya. Media ini tidak sekadar memindahkan konten cetak ke platform digital, melainkan secara

aktif memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti *feed*, *Reels*, *Stories*, dan *carousel* untuk menyajikan berita lokal dalam format yang lebih visual dan interaktif. jenis berita yang disajikan pun beragam, mulai dari kebijakan pemerintah daerah, kondisi lalu lintas, peristiwa sosial hingga sepakbola yang jadi kebanggaan warga Jawa Barat yang dikemas dengan narasi *caption* yang komunikatif dan ajakan interaksi langsung kepada audiens.

Permatasari et.,al. (2025:8-9) menegaskan bahwa adaptasi semacam ini merupakan respons nyata media lokal terhadap perubahan pola konsumsi berita masyarakat yang kini lebih mengedepankan konten yang visual, cepat, dan interaktif. Strategi digital Radar Bandung tersebut menunjukkan hasil yang positif, yang terlihat dari meningkatnya *engagement* pada beberapa unggahan. Konten-konten yang dipublikasikan secara rutin kerap mendapatkan ribuan *like*, ratusan komentar, dan banyak dibagikan oleh pengguna lain. Rizaldi Hasballah & Rizka Aula Assaf, (2025: 114) menegaskan bahwa *engagement* dalam bentuk *like*, komentar, *share*, dan *save* merupakan indikator kunci keberhasilan jurnalisme digital karena mencerminkan kepercayaan, relevansi, dan keterlibatan publik terhadap konten yang disajikan. Dengan demikian, tingkat *engagement* yang tinggi memperlihatkan bahwa Radar Bandung berhasil membangun relasi dua arah yang bermakna dengan audiensnya.

Meskipun demikian, belum banyak kajian yang secara spesifik menganalisis jenis konten apa yang diproduksi oleh Radar Bandung di Instagram dan bagaimana masing-masing jenis konten tersebut berkontribusi terhadap *engagement* audiens. Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti topik serupa namun dengan fokus yang

berbeda. (Rahmawaty, 2022) meneliti akun @serambinews dan menyoroti praktik penyajian berita serta agenda redaksional di Instagram. Muhammad Nafis Albar (2025:134) mengkaji strategi pengelolaan instagram pada akun @radarbanyumas dalam meningkatkan *engagement*, dengan temuan strategi yang diterapkan meliputi perencanaan konten lokal, pemanfaatan *reels* dan *stories*. Sementara itu, mengkaji akun @radarbandung.id dengan penekanan pada perannya sebagai kanal distribusi berita alternatif di era digital, namun belum menyoroti pada pemetaan jenis konten dan pola *engagement* secara rinci.

Ketiga penelitian tersebut memperlihatkan adanya kecenderungan umum kajian media lokal di Instagram, yaitu berfokus pada strategi pengelolaan akun secara umum, tanpa mengurai secara spesifik bagaimana tiap jenis konten (*feed*, *Reels*, *Stories*, *carousel*) yang dipilih redaksi berkontribusi terhadap tingkat *engagement* yang berbeda-beda. Padahal, karakteristik Radar Bandung sebagai media lokal Jawa Barat dengan riwayat transisi dari media cetak murni ke Instagram sejak 2016 menjadikannya kasus yang relevan untuk melihat bagaimana proses adaptasi jurnalisme digital berlangsung secara bertahap dan terukur, sesuatu yang belum banyak dikaji oleh penelitian-penelitian sejenis pada media lokal lain.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya dalam memetakan jenis konten Instagram (*feed*, *Reels*, *Stories*, dan *carousel*) yang diproduksi Radar Bandung secara spesifik dan mengaitkannya langsung dengan tingkat *engagement* yang dihasilkan oleh masing-masing jenis konten tersebut, suatu pendekatan yang belum ditemukan pada penelitian-penelitian media lokal sejenis sebelumnya, yang umumnya masih berhenti pada deskripsi strategi pengelolaan akun secara umum.

Kondisi ini menjadikan penelitian tentang strategi konten Radar Bandung di Instagram sebagai sesuatu yang penting untuk dilakukan. Di satu sisi, media cetak masih mengalami tekanan struktural berupa penurunan oplah dan pendapatan iklan sehingga kelangsungan operasional media lokal semakin tergantung pada keberhasilannya membangun audiens di platform digital (Nasrullah, 2019:34-35). Di sisi lain, jika jenis konten yang efektif mendorong keterlibatan tidak diidentifikasi secara sistematis, redaksi berisiko terus memproduksi konten berdasarkan kebiasaan atau intuisi tanpa dasar evaluasi yang jelas, sehingga upaya adaptasi digital yang telah dilakukan sejak 2016 berpotensi tidak berjalan dengan baik.

Kondisi ini semakin penting mengingat media lokal harus bersaing memperebutkan perhatian audiens dengan media nasional maupun akun nonjurnalistik yang lebih cepat beradaptasi dengan pola algoritma dan kebiasaan konsumsi konten di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk memetakan jenis konten yang paling efektif membangun *engagement* sebagai dasar bagi Radar Bandung dalam merumuskan strategi konten yang lebih terarah.

Topik ini termasuk dalam kajian program studi Jurnalistik, khususnya di jurnalisme digital dan produksi konten berita di media sosial. Kajian ini penting untuk disiplin jurnalistik karena langsung terkait dengan praktik kerja jurnalistik modern, mulai dari proses peliputan, penulisan, penyuntingan, hingga strategi penyajian dan distribusi berita yang sekarang tidak hanya pada media cetak atau siaran, tetapi juga telah meluas ke platform digital seperti Instagram. Dengan demikian, penelitian ini juga memperkaya kajian jurnalistik dalam memahami

perubahan ruang redaksi (*newsroom*) media lokal serta perubahan pola kerja jurnalistik di era konvergensi media.

Tandoc, Lim & Ling (2018:56) mengingatkan bahwa efektivitas strategi jurnalisme digital tidak semata-mata dinilai dari frekuensi pengunggahan konten, melainkan dari kesesuaian antara jenis konten yang dipilih dan bagaimana audiens merespon konten tersebut. Lewis Watlund (2024:43) menambahkan bahwa analisis konten berbasis *engagement* memungkinkan institusi media untuk memahami keinginan publik secara lebih akurat, sehingga dapat menyesuaikan narasi jurnalistiknya tanpa mengabaikan fungsi sosial jurnalisme itu sendiri.

Secara akademis, penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian jurnalisme digital, khususnya terkait relasi antara jenis konten dan *engagement* pada media lokal, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi redaksi media lokal dalam merumuskan strategi konten yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis secara deskriptif strategi jurnalisme digital Radar Bandung dalam menyajikan berita di Instagram, dengan fokus pada jenis konten dan tingkat *engagement* yang dihasilkan sebagai cerminan nyata dari adaptasi media lokal dalam lingkup informasi digital kontemporer

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian sebagaimana telah diuraikan maka, fokus penelitian mengenai strategi jurnalisme digital radar bandung dalam menyajikan berita di instagram selanjutnya agar penelitian dapat dilakukan

dengan lebih terarah maka fokus penelitian dapat diturunkan pada pertanyaan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana redaksi memanfaatkan platform Instagram untuk menyebarkan berita dan menerapkan praktik jurnalisme digital?
- 2) Bagaimana Radar Bandung menyesuaikan konten berita agar sesuai dengan karakteristik Instagram (*reels, carousel, story, infografik*) sambil tetap menjaga nilai jurnalistik?
- 3) Bagaimana audiens berinteraksi dengan konten, termasuk *like*, komentar dan *share*, serta bagaimana redaksi menanggapi partisipasi audiens?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana Radar Bandung memproduksi dan menyajikan konten berita, mendistribusikannya serta membangun interaksi dengan audiens, serta mengintegrasikan platform digital untuk menjaga kredibilitas dan keberlanjutan media di Instagram. Tujuan ini menjadi tindak lanjut logis dari permasalahan yang muncul dalam praktik jurnalisme digital media lokal, adapun tujuan penelitiannya diuraikan sebagai berikut:

- 1) Untuk Menganalisis strategi jurnalisme digital Radar Bandung di Instagram dalam menyajikan berita dan membangun interaksi dengan audiens.
- 2) Untuk Mengidentifikasi jenis dan format konten berita yang disajikan Radar Bandung di Instagram agar sesuai dengan karakteristik media sosial dan tetap mempertahankan nilai jurnalistik.

- 3) Untuk menganalisis tingkat keterlibatan (*engagement*) audiens terhadap konten Radar Bandung di Instagram dan bagaimana redaksi menanggapi partisipasi audiens.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang berarti dalam dua dimensi yaitu teoritis dan praktis, yang masing-masing dijelaskan sebagai berikut:

1.4.1 Secara Akademis

Kegunaan ini berhubungan dengan kontribusi peneliti terhadap pengembangan ilmu komunikasi dan jurnalisme kontemporer, adapun beberapa kegunaannya sebagai berikut :

- 1) Memperluas Kajian Jurnalisme Lokal: Penelitian ini mengisi kekosongan literatur dengan berfokus pada praktik jurnalisme digital di tingkat media lokal (Radar Bandung), yang populasinya masih jarang dieksplorasi dibandingkan media nasional.
- 2) Pengayaan Perspektif Teoritis: Hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman empiris mengenai penerapan prinsip Konvergensi Media dan Jurnalisme Digital (interaktivitas, multimedialitas) dalam konteks platform media sosial (Instagram).
- 3) Dasar Penelitian Lanjutan: Temuan mengenai format konten yang paling efektif dan *engagement* audiens di Instagram dapat menjadi pijakan bagi peneliti lain untuk melakukan studi komparatif atau penelitian kausalitas yang lebih dalam di masa depan

1.4.2 Secara Praktis

Kegunaan ini berhubungan dengan manfaat langsung yang dapat dirasakan oleh media, jurnalis atau pihak terkait lainnya. adapun kegunaannya sebagai berikut:

- 1) Dasar Penelitian Lanjutan: Temuan mengenai format konten yang paling efektif dan *engagement* audiens di Instagram dapat menjadi pijakan bagi peneliti lain untuk melakukan studi komparatif atau penelitian kausalitas yang lebih dalam di masa depan.
- 2) Optimalisasi Sumber Daya: Dengan mengetahui format konten yang paling efektif, redaksi media dapat mengalokasikan sumber daya (waktu, tenaga, biaya produksi) secara lebih efisien untuk konten yang terbukti memberikan *engagement* tertinggi.
- 3) Pemahaman *engagement*: Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana metrik *engagement* (*likes*, komentar, *share*) dapat digunakan sebagai tolok ukur untuk keberhasilan strategi digital media di era disrupsi.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan dua teori utama. Pertama, teori konvergensi media Henry Jenkins 2006, untuk memahami bagaimana Radar Bandung bertransformasi dari media cetak ke platform digital, khususnya Instagram. Kedua, konsep jurnalisme digital untuk menganalisis jenis konten yang diproduksi dan mengukur *engagement* yang dihasilkan.

Dari kedua teori tersebut, penelitian ini dibangun atas alur pemikiran bahwa konvergensi media mendorong Radar Bandung untuk hadir di Instagram, kehadiran itu diwujudkan melalui strategi konten jurnalisme digital, dan efektivitas strategi

tersebut dapat dilihat dari tingkat *engagement* audiensnya, lebih lengkap terkait teori yang digunakan dijelaskan sebagai berikut:

1) Teori Konvergensi Media

Teori Konvergensi Media (Media Convergence Theory) pertama kali diperkenalkan oleh (1958-, 2006). “*Media convergence refers to the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences.*” (Konvergensi media adalah mengalirnya konten lintas platform media, kerja sama antarmedia, dan perubahan perilaku audiens dalam mengonsumsi informasi). Fenomena ini tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga kultural dan sosial, karena melibatkan perubahan dalam cara khalayak memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi informasi.

Secara historis, teori ini lahir dari perubahan besar dalam ekosistem komunikasi global ketika media konvensional mulai beradaptasi dengan internet dan media sosial. Jenkins menegaskan bahwa konvergensi bukan sekadar penggabungan alat atau saluran media, tetapi juga menyangkut perubahan perilaku pengguna yang semakin aktif dan partisipatif. Media tidak lagi menjadi saluran satu arah, melainkan ruang kolaboratif antara produsen dan konsumen informasi.

Asumsi dasar teori ini meliputi: (1) teknologi digital memicu penyatuan berbagai format media; (2) audiens berperan aktif dalam menciptakan dan menyebarkan informasi; (3) konten media dapat berpindah lintas platform dengan menyesuaikan karakteristik masing-masing; dan (4) institusi media

harus menyesuaikan strategi redaksionalnya agar tetap relevan dengan perilaku konsumsi berita modern.

Jenkins juga mengidentifikasi dimensi-dimensi utama teori konvergensi media (1958-, 2006) dan diperkuat oleh konsep strategi komunikasi digital serta visual journalism. Teori konvergensi media memandang bahwa proses konvergensi mencakup beberapa dimensi penting: (1) Konvergensi teknologi (penggabungan berbagai format media dan platform digital), (2) Konvergensi konten (adaptasi isi agar sesuai dengan karakteristik platform) dan (3) Konvergensi audiens (partisipasi dan interaksi pengguna dalam produksi atau penyebaran pesan).

Teori konvergensi media digunakan karena mampu menjelaskan perubahan strategi kerja media di era digital, di mana redaksi tidak lagi hanya memproduksi berita untuk media cetak atau situs web, tetapi juga menyesuaikannya dengan platform seperti Instagram. Menurut Jenkins (2006), konvergensi membuat media harus berinovasi dan menyesuaikan cara penyampaian pesan agar sesuai dengan karakter audiens digital. Teori ini relevan karena Radar Bandung menggabungkan unsur jurnalisme, visual, dan interaksi audiens di Instagram sebagai bentuk adaptasi terhadap budaya media baru.

2) Teori Jurnalisme Digital

Teori Jurnalisme Digital pertama kali diperkenalkan oleh Deuze, (The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online, 2003, 230-330) Deuze, seorang akademisi asal Belanda

yang dikenal luas dalam studi media dan komunikasi, mengemukakan bahwa kemunculan internet dan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam praktik, nilai, dan struktur kerja jurnanisme. Ia memandang jurnanisme di era digital bukan sekadar pergeseran platform dari cetak ke daring, tetapi sebagai perubahan paradigma mendasar yang menjadikan proses jurnalistik lebih partisipatif, interaktif, dan berbasis multimedia (Deuze, 2003:230-330).

Secara historis, teori ini muncul sebagai respons terhadap meningkatnya penetrasi internet pada awal 2000-an yang memaksa jurnalis beradaptasi dengan ruang digital. Orientasi utama teori ini adalah melihat jurnanisme sebagai praktik sosial yang terus berkembang mengikuti perubahan teknologi dan budaya media. Dalam pandangan Deuze, batas antara jurnalis dan audiens mulai kabur, karena audiens kini dapat menjadi bagian dari proses produksi dan distribusi informasi. Hal ini sejalan dengan konsep *convergence culture* yang dikemukakan Jenkins (2006:214), di mana media, teknologi, dan partisipasi publik saling berinteraksi membentuk ekosistem jurnanisme baru.

Teori Jurnalisme Digital Deuze berangkat dari asumsi dasar bahwa perubahan akibat internet pada jurnanisme bukan sekadar pergantian alat penyampaian berita, melainkan juga mengubah siapa yang bisa memproduksi berita, bagaimana berita disusun, dan bagaimana kebenarannya diverifikasi bersama publik. (Deuze, 2003) mengidentifikasi lima dimensi utama jurnanisme digital, yaitu interaktivitas, hipertekstualitas, multimedialitas, *immediacy*, dan partisipasi. Interaktivitas menggambarkan keterlibatan audiens melalui

komentar, *likes*, dan *share*. Hipertekstualitas menunjukkan kemampuan media digital menghubungkan berbagai sumber informasi melalui tautan daring.

Multimedialitas mengacu pada kemampuan media menggabungkan teks, gambar, video, dan audio dalam satu konten berita. *Immediacy* menekankan kecepatan penyampaian informasi secara *real-time*, sedangkan partisipasi membuka ruang bagi pengguna untuk berkontribusi dalam pemberitaan melalui *user-generated content* (konten yang diproduksi dan disebarkan langsung oleh pengguna tanpa melalui proses editorial media)

Menurut Deuze, (2003:117) jurnalisme digital menuntut media untuk memanfaatkan internet dalam produksi, distribusi, dan interaksi berita dengan audiens. Teori ini relevan karena Radar Bandung menerapkan strategi penyajian berita di Instagram yang menggabungkan kecepatan informasi, visualisasi konten, dan interaksi langsung sebagai ciri utama jurnalisme di era digital.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertumpu pada empat konsep utama, yaitu strategi jurnalisme digital, penyajian berita, media sosial Instagram, serta konten dan *engagement*. Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna berbagi foto, video, dan cerita interaktif Melati & Alamsyah Kusumadinata, (2025:215) yang kini dimanfaatkan media lokal seperti Radar Bandung sebagai sarana memperluas jangkauan dan membangun *engagement* di era konvergensi digital. Untuk lebih jelasnya, konsep-konsep tersebut dijelaskan sebagai berikut.

1) Strategi Jurnalisme Digital

Effendy (2017:113) mendefinisikan strategi sebagai perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, yang harus mampu menunjukkan taktik operasional secara tepat. Jurnalisme digital, menurut Romli (2018:98), adalah proses peliputan, penulisan, dan penyebarluasan berita yang dilakukan melalui media berbasis internet dengan memanfaatkan keunggulan multimedia, interaktivitas, dan kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Strategi jurnalisme digital, dengan demikian, dapat dimaknai sebagai rencana dan cara kerja yang disusun secara sistematis oleh redaksi media dalam memproduksi dan mendistribusikan berita melalui platform digital, dengan menyesuaikan konten terhadap karakteristik platform yang digunakan tanpa mengabaikan prinsip dasar jurnalistik.

Dalam penelitian ini, strategi yang dilakukan oleh akun Radar Bandung dianalisis untuk melihat penerapan prinsip tersebut melalui pemanfaatan fitur Instagram, gaya bahasa, format postingan, serta penggunaan visual dalam penyajian beritanya. Strategi jurnalisme digital merupakan upaya media dalam menyajikan berita secara efektif di platform digital agar tetap relevan di era disrupsi informasi.

2) Penyajian Berita

Penyajian berita merupakan aspek penting jurnalisme yang memengaruhi cara informasi diterima audiens. Dalam jurnalisme digital, penyajian

mencakup format multimedia seperti gambar, video, dan infografis (Deuze, 2003:234)

Konsep penyajian berita digital relevan dengan penelitian mengenai strategi jurnalisme digital @Radar Bandung di Instagram, karena media ini juga menerapkan prinsip penyajian multimedial dan *real-time*. Melalui penggunaan elemen visual seperti foto, video, dan infografis, serta gaya penulisan yang ringkas dan informatif, Radar Bandung berupaya menyajikan berita yang menarik dan mudah dipahami audiens di platform digital yang serba cepat.

3) Media sosial Instagram

Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna berbagi foto, video, dan cerita interaktif Melati & Alamsyah Kusumadinata (2025:215) Sejak diakuisisi Meta pada 2012, Instagram berkembang menjadi ruang penting untuk berbagi informasi secara cepat dan menarik.

Dalam konteks jurnalisme digital, platform ini mendukung penyajian berita berbasis multimedia dan partisipatif, di mana audiens dapat berinteraksi melalui *likes*, komentar, dan berbagi konten Dwi Prasetya & Hadi Utama, (2024:231). Media lokal seperti Radar Bandung menjadikan Instagram menjadi sarana memperluas jangkauan, membangun *engagement*, serta memperkuat identitas media di era konvergensi digital.

4) Konten

Deuze (2003:215) menyebut bahwa jurnalisme digital tidak hanya bergantung pada teks, tetapi juga menggabungkan elemen visual, audio, dan interaktif. Jenis konten dapat berupa berita *hard news*, *feature*, opini, infografis, video, hingga konten ringan berbasis hiburan atau edukasi.

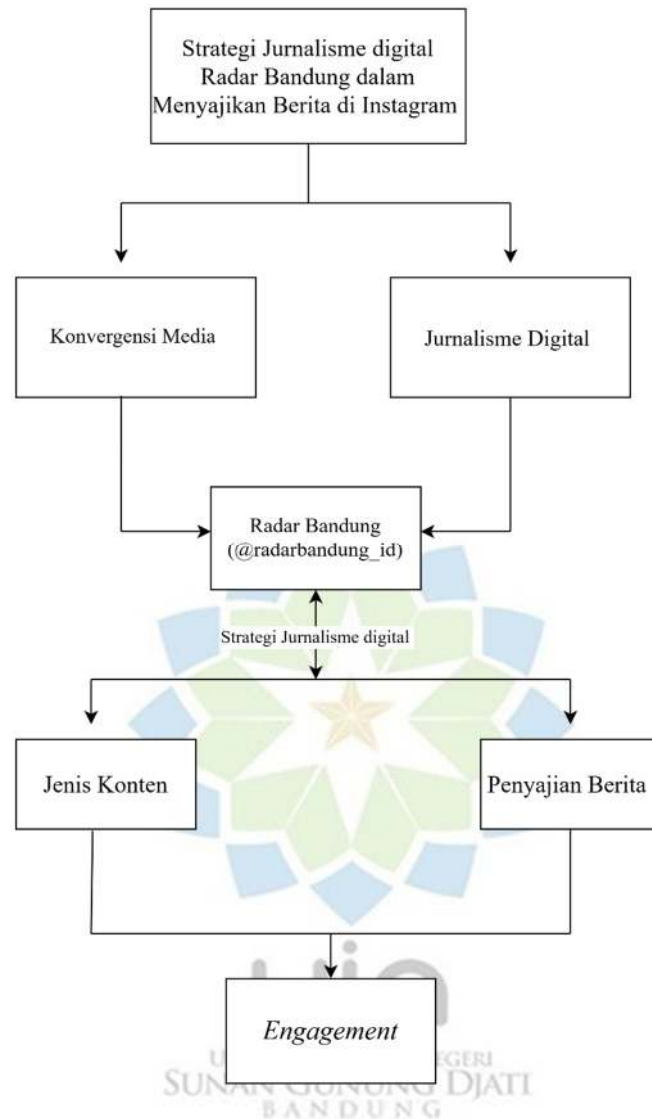
Analisis jenis konten digunakan untuk memahami bagaimana RadarBandung mengemas berita di Instagram melalui berbagai format seperti *feed post*, *reels*, dan *stories* guna menyesuaikan diri dengan karakter penerima konten.

5) Engagement

Menurut Agung et al., (2019:112) *engagement* mencakup perhatian, interaksi, dan keterikatan emosional audiens terhadap berita atau informasi yang disajikan. Keterlibatan ini dapat terlihat melalui aktivitas seperti memberi *like*, komentar, berbagi konten, atau mengikuti akun media.

Dalam penelitian ini, konsep *engagement* digunakan untuk melihat bagaimana Radar Bandung membangun hubungan interaktif dengan audiens di Instagram melalui penyajian berita yang menarik dan partisipatif.

Camp (2001:128-129) berpendapat bahwa kerangka konseptual merupakan sebuah struktur yang menurut peneliti dapat memberikan gambaran atau penjelasan tentang perkembangan alami dari suatu fenomena yang akan dipelajari atau diteliti. Berikut kerangka konseptual.



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini menjelaskan penerapan strategi jurnalisme digital Radar Bandung di Instagram melalui konvergensi media, sebagai respons atas pergeseran konsumsi berita ke platform sosial. Berlandaskan konsep Konvergensi Media Henry Jenkins (1958–2006) dan Prinsip Jurnalisme Digital Mark Deuze (2003), penelitian ini menganalisis bagaimana proses produksi dan distribusi berita diwujudkan dalam pengemasan konten mulai dari visual, *caption*, hingga pemanfaatan fitur Instagram. Jenis konten menjadi bentuk nyata konvergensi tersebut, sedangkan *engagement*

audiens menjadi indikator efektivitasnya. Dengan demikian, kerangka ini merangkum keterkaitan antara konvergensi media dan strategi penyajian berita Radar Bandung di Instagram.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Radar Bandung, media lokal di bawah naungan Jawa Pos Group yang beralamat di Jl. H. Ibrahim Adjie No.95, Babakan Surabaya, Kec. Kiaracondong, Kota Bandung, Jawa Barat 40281. Radar Bandung dipilih karena berhasil bertransformasi menuju jurnalisme digital dengan aktif memanfaatkan Instagram (@radarbandung) sebagai kanal utama penyebaran berita dan interaksi audiens. Media ini dianggap representatif untuk mengkaji strategi jurnalisme digital dan praktik konvergensi media di tingkat lokal. Lokasi penelitian juga dinilai tepat untuk memperoleh data yang valid dan kontekstual terkait penerapan jurnalisme digital pada media sosial (Moleong, 2018)

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini berlandaskan pada paradigma konstruktivis, yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna dari pengalaman, interaksi, dan konteks sosial (Creswell, 2014). Paradigma ini digunakan karena penelitian berupaya memahami secara mendalam bagaimana praktik jurnalisme digital Radar Bandung dibentuk melalui strategi penyajian berita di platform Instagram, serta bagaimana makna dan nilai jurnalistik dikonstruksikan dalam konteks media sosial.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, karena penelitian ini berfokus pada pemahaman proses, strategi, dan pengalaman subjek secara mendalam, bukan pada pengukuran angka atau generalisasi (Moleong, 2018).

Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali secara kontekstual bagaimana strategi digital, jenis konten, dan keterlibatan audiens (*engagement*) diinterpretasikan oleh pihak redaksi Radar Bandung dalam kerangka teori konvergensi media.

Paradigma konstruktivis dan pendekatan kualitatif dipilih karena keduanya selaras dengan tujuan penelitian yang berupaya memahami secara mendalam bagaimana Radar Bandung membangun strategi jurnalisme digital di Instagram. Melalui paradigma ini, peneliti melihat praktik penyajian berita sebagai hasil konstruksi sosial redaksi, sementara pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menggali makna, strategi, dan pengalaman redaksi dalam menerapkan konvergensi media di tingkat lokal.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menggambarkan secara rinci bagaimana strategi jurnalisme digital diterapkan oleh Radar Bandung dalam menyajikan berita di Instagram serta bagaimana pola *engagement* terbentuk dari berbagai jenis konten yang diunggah.

Menurut Sugiyono (2019:2) penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi tanpa bermaksud menguji hipotesis, melainkan untuk memahami keadaan objek secara apa adanya. Metode ini relevan karena penelitian ini berfokus pada proses dan praktik jurnalisme digital, bukan pada pengukuran hubungan antarvariabel. Melalui studi deskriptif, peneliti dapat memotret strategi konten yang dijalankan redaksi secara mendalam dan menyajikan gambaran

faktual tentang bagaimana Radar Bandung mengelola informasi di Instagram, sehingga memberikan landasan yang kuat untuk menjawab fokus penelitian.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Menurut Sugiyono (2019:15), data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, kalimat, atau narasi yang mengandung makna, bukan angka. Data ini biasanya digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui interpretasi terhadap konteks dan makna yang muncul dari data.

Penelitian ini menggunakan data kualitatif, karena berupaya memahami strategi jurnalisme digital yang diterapkan oleh akun Instagram @RadarBandung dalam menyajikan berita. Data yang dikumpulkan berupa deskripsi isi unggahan, *caption* berita, bentuk konten, serta hasil wawancara yang menjelaskan strategi redaksi dalam mengelola konten digital.

1.6.4.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2019:189), sumber data merupakan subjek atau sumber tempat data diperoleh dalam suatu penelitian. Dalam penelitian, sumber data dibedakan menjadi sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2019:194).

1) Data primer

Menurut Sugiyono (2019: 193-194) Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama di lapangan. Data primer dinilai

penting dalam penelitian kualitatif karena memberikan informasi yang otentik dan tidak tersaring oleh pihak lain, sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai fenomena yang sedang dikaji (Creswell, 2014).

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui Wawancara mendalam dengan pihak redaksi atau pengelola media sosial Radar Bandung untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam mengelola konten di Instagram, termasuk tujuan, perencanaan, dan pertimbangan redaksional dalam penyajian berita digital.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara seperti dokumen, arsip, maupun literatur yang relevan (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang mendukung analisis terhadap strategi jurnalisme digital Radar Bandung di Instagram, dijelaskan sebagai berikut :

- a) Arsip konten dan unggahan instagram @Radarbandung, yang digunakan untuk menganalisis jenis konten (berita teks, foto, video dan *Reels*) serta tingkat *engagement* audiens.
- b) Jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian, Jurnal ilmiah digunakan sebagai sumber rujukan untuk memperkuat landasan teoritis dan konseptual penelitian, khususnya yang berkaitan dengan jurnalisme digital, konvergensi media, dan pemanfaatan Instagram sebagai platform penyebaran informasi.

1.6.5 Informan

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan. Teknik ini dipilih karena peneliti membutuhkan individu yang dianggap paling mengetahui, terlibat, dan relevan dengan objek penelitian. *Purposive sampling* memungkinkan peneliti memilih informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan data (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, informan ditentukan berdasarkan peran mereka dalam proses produksi dan pengelolaan konten berita Radar Bandung di Instagram. Adapun kriteria informan meliputi:

- 1) Memiliki pengetahuan tentang strategi penyajian berita digital
- 2) Terlibat dalam proses produksi konten, penyuntingan, atau publikasi
- 3) Memahami manajemen media sosial Radar Bandung.

Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian ini merencanakan informan yang ikut terlibat dalam pendistribusian konten digital Radar Bandung dengan Narasumber sebagai berikut :

- a) Pimpinan Redaksi, yang memiliki kewenangan dalam menentukan arah dan kebijakan editorial, termasuk strategi penyajian berita di platform digital.
- b) Jurnalis, yang berperan sebagai pelaksana di lapangan yang secara langsung memproduksi konten berita sesuai dengan arahan redaksi.
- c) Penanggung Jawab Media Sosial, yang bertanggung jawab dalam mengelola akun Instagram Radar Bandung, mendistribusikan konten berita, serta memantau interaksi dan respons audiens sebagai bagian dari strategi penyajian berita di media sosial.

- d) Editor, yang terlibat langsung dalam proses penyeleksian dan pengemasan konten sebelum dipublikasikan di Instagram.

1.6.7 Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur dan dokumentasi.

1) Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Moleong, 2018). Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (*semistructured interview*), di mana pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan wawancara terstruktur. Melalui jenis wawancara ini, peneliti dapat menggali permasalahan secara lebih terbuka karena informan diberikan kebebasan untuk menyampaikan pendapat, pengalaman, maupun ide-idenya secara mendalam sesuai dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2019:196)

Pemilihan wawancara semi terstruktur didasarkan pada kebutuhan peneliti untuk menggali informasi mendalam mengenai strategi redaksional Radar Bandung, namun tetap terarah sesuai fokus penelitian. Dalam pelaksanaannya, peneliti menggunakan panduan pertanyaan yang telah

disiapkan, namun tetap memberi ruang bagi narasumber untuk menjawab secara bebas dan sesuai konteks.

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang berfokus pada pencatatan berbagai peristiwa yang telah terjadi, baik dalam bentuk tulisan, gambar, maupun karya lainnya (Sugiyono, 2019:240). Dalam penelitian ini, data dokumentasi bersumber dari arsip unggahan konten berita pada akun Instagram @radarbandung selama periode Maret hingga Mei 2026. Pemilihan periode tersebut didasarkan pada waktu pelaksanaan penelitian agar data yang diperoleh bersifat aktual dan cukup merepresentasikan variasi konten yang disajikan.

Proses dokumentasi dilakukan dengan mengamati dan mencatat karakteristik setiap unggahan secara sistematis, meliputi format konten, tema berita, waktu pengunggahan, penggunaan *caption* dan tagar, serta jumlah *likes* dan komentar sebagai data *engagement* yang dapat diakses secara publik. Tangkapan layar juga dilakukan pada unggahan tertentu sebagai bukti pendukung data. Hasil dokumentasi kemudian dibandingkan dengan data wawancara guna memperkuat dan memperdalam temuan penelitian.

1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, mengingat penelitian jenis ini sangat bergantung pada interpretasi peneliti terhadap data yang diperoleh di lapangan. Menurut Moleong (2018) keabsahan data adalah bahwa setiap keadaan harus memenuhi nilai yang benar,

menyediakan dasar agar hal itu dapat diterapkan, dan memperbolehkan keputusan luar yang dapat dibuat tentang konsistensi dari prosedurnya. Oleh karena itu, diperlukan teknik-teknik tertentu untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar valid, dapat dipercaya, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Moleong (2018:330) menjelaskan bahwa triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik untuk meningkatkan keabsahan data, Penjelasannya sebagai berikut:

1) Triangulasi Sumber

Menurut Sugiyono (2019:369), triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan mengecek data kepada sumber yang sama menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda. Dengan kata lain, teknik ini digunakan untuk memverifikasi apakah data yang diperoleh dari satu sumber konsisten dengan data yang diperoleh dari sumber lainnya.

Dalam penelitian ini, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan informan dari Radar Bandung dengan data yang diperoleh dari arsip konten dan unggahan Instagram @radarbandung. Apabila terdapat kesesuaian antara pernyataan informan mengenai strategi konten yang diterapkan dengan praktik nyata yang tercermin dalam unggahan Instagram, maka data tersebut dapat dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai temuan penelitian.

2) Triangulasi Teknik

Menurut Sugiyono (2019:369) triangulasi teknik adalah proses pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Tujuan dari teknik ialah memastikan bahwa informasi yang diperoleh tidak hanya berasal dari satu metode saja, sehingga hasil penelitian ini menjadi lebih dapat dipercaya dan terhindar dari potensi bias.

Triangulasi teknik dalam penelitian ini dilakukan dengan menggabungkan dua teknik pengumpulan data. Pertama, wawancara mendalam dengan Pimpinan Redaksi, Jurnalis, Penanggung Jawab Media Sosial dan Editor Radar Bandung guna memahami bagaimana strategi konten dirancang dan kebijakan editorial diterapkan. Kedua, studi dokumentasi terhadap arsip konten Instagram @radarbandung untuk melihat pola unggahan, jenis konten, serta tingkat *engagement* yang dihasilkan. Kombinasi kedua teknik ini dilakukan agar data yang diperoleh dapat saling melengkapi dan memperkuat kesimpulan penelitian.

1.6.9 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, karena pada tahap inilah data mentah yang telah dikumpulkan diolah dan dimaknai sehingga dapat menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Menurut Sugiyono, (2019:320) analisis data kualitatif adalah proses yang berlangsung secara terus-menerus dan bersifat interaktif, di mana setiap komponen analisis saling berkaitan satu sama lain hingga diperoleh kesimpulan yang tepat. Model

ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan langkah awal dalam proses analisis yang bertujuan untuk menyaring dan menyederhanakan data mentah yang telah dikumpulkan, sehingga hanya data yang benar-benar relevan dengan fokus penelitian yang digunakan (Sugiyono, 2019:322-323). lebih lanjut Tahap ini penting dilakukan agar peneliti tidak kesusahan dalam banyaknya data yang masuk, melainkan dapat berkonsentrasi pada informasi yang paling bermakna untuk menjawab fokus penelitian.

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan memilah dan memfokuskan hasil wawancara mendalam bersama Pimpinan Redaksi, Editor, dan Jurnalis Radar Bandung, serta menyaring data dari arsip konten Instagram @radarbandung yang paling relevan untuk dianalisis. Data yang tidak berkaitan langsung dengan strategi jurnalisme digital, jenis konten, maupun *engagement* audiens akan dikesampingkan, sehingga proses analisis dapat berjalan lebih efisien dan terfokus pada fokus penelitian yang telah ditetapkan.

2) Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan tahap di mana data yang telah direduksi disusun dan ditampilkan secara terorganisir, sehingga hubungan dan pola antar data dapat terlihat dengan lebih jelas dan mudah dipahami (Sugiyono,(2018:249). Dengan penyajian yang sistematis, peneliti dapat lebih mudah membaca

keterkaitan antar informasi yang diperoleh sebelum melangkah pada tahap penarikan kesimpulan.

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif berdasarkan temuan dari hasil wawancara dan dokumentasi konten Instagram @radarbandung. Uraian tersebut difokuskan pada hubungan antara jenis konten yang diproduksi dengan bentuk *engagement* audiens, sehingga peneliti dapat melihat bagaimana strategi redaksional dan pemilihan format konten berdampak pada respons audiens. Penyajian data yang terstruktur ini memudahkan peneliti dalam menganalisis pola praktik jurnalisme digital Radar Bandung secara menyeluruh.

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing / Verification*)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan proses menafsirkan makna data, menemukan pola, dan menyusun temuan penelitian yang kemudian diuji kebenarannya (Sugiyono, 2018:252). diperoleh masih bersifat sementara dan akan terus diverifikasi seiring dengan proses analisis yang berlangsung, hingga diperoleh temuan yang benar-benar konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan.

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana Radar Bandung menerapkan strategi jurnalisme digital dalam penyajian berita di Instagram serta jenis konten apa yang paling efektif dalam membangun *engagement* audiens. Proses verifikasi dilakukan dengan mengonfirmasi temuan dari hasil wawancara bersama Pimpinan Redaksi, Editor, dan Jurnalis Radar Bandung, kemudian membandingkannya dengan data

dokumentasi konten Instagram @radarbandung, sehingga kesimpulan yang dihasilkan bersifat valid dan kredibel.

1.6.10 Jadwal Penelitian

Tabel 1. 1 Jadwal penelitian

No.	kegiatan	Bulan					
		September 2025	Oktober-Desember 2025	DesesMBER 2025	Januari -Juli 2026	Maret-Mei 2026	Agustus
1	Pengajuan judul penelitian	✓					
2	Bimbingan		✓	✓	✓		
3	Seminar Proposal			✓			
4	Penelitian Skripsi					✓	
5	Sidang Munaqosyah						✓