

BAB I

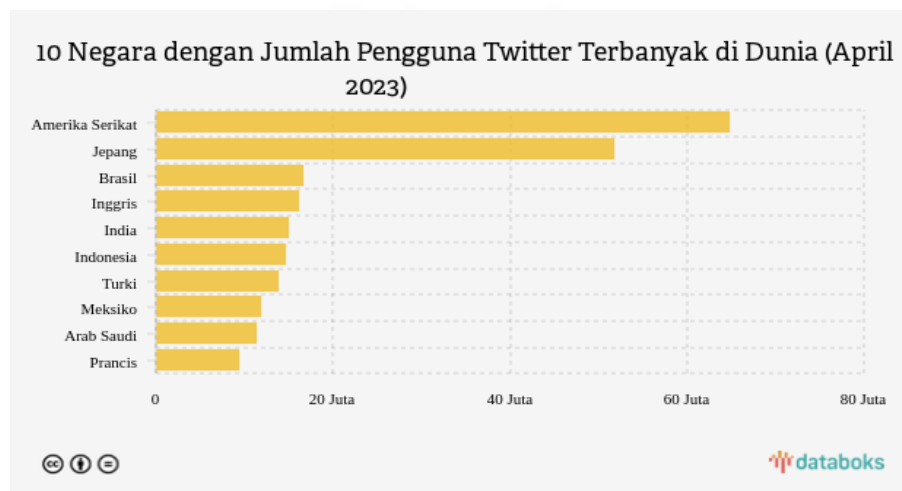
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Internet telah menghasilkan perubahan yang sangat signifikan dalam komunikasi manusia seperti yang diungkapkan oleh para peneliti seperti Cutlip, Center, dan Broom dalam buku “Effective Public Relation”. Rob Brown juga berpendapat jika internet menjadikan manusia modern pada proses komunikasi lebih efisien daripada media lainnya. Pada buku Apriadi Tamburaka yang berjudul “*Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*” menyatakan bahwa saat ini, penggunaan Internet mendominasi hampir semua aktivitas manusia. Masyarakat tidak hanya mencari informasi di Internet tetapi juga menganggapnya sebagai alat komunikasi. Ini mendukung pandangan Mc Luhan tentang Global Village, di mana setiap orang di dunia dapat terhubung dan berkomunikasi tanpa terkendala oleh waktu dan jarak karena mereka menjadi bagian dari komunitas virtual (Azeharie & Kusuma, 2014:84).

New media merujuk pada berbagai bentuk komunikasi elektronik yang mencakup konten yang tersedia, sesuai dengan permintaan di internet. Konten ini dapat diakses melalui berbagai perangkat dan memungkinkan interaksi dengan konten tersebut. Selain itu, *new media* memudahkan orang untuk berbagi konten di *platform online* dan media sosial (Sanida & Prasetyawati, 2023:2).

Pada jurnalisme *online*, peran media sosial mencakup proses pengolahan dan publikasi berita berdasarkan fakta-fakta tersebut, bukan sebatas hanya meyebarakan fakta tanpa diolah lagi. Proses pengolahan informasi ini menjadi lebih mudah sejak adanya media sosial seperti *X*, *Instagram*, *Tiktok* dan lain sebagainya, yang memungkinkan jurnalis untuk mendapatkan banyaknya informasi disegala sumber yang ada di Internet. Disisi lain juga, adanya media sosial membuat para jurnalis dan perusahaan media mengubah cara penyebaran informasi atau berita. Perusahaan media saat ini bersaing untuk menyampaikan informasi kepada publik melalui *platform* media sosial. Adaptasi perusahaan media terhadap media sosial juga mencerminkan karakteristik audiens yang mengharapkan informasi cepat dan mudah untuk diakses. *Research Center* pada tahun 2015 melakukan survey tersebut dan mendapatkan hasil bahwa 63% dari pengguna *Facebook* dan *X* mendapatkan informasi mereka melalui media sosial tersebut (Rosemarwati & Lindawati, 2019:102).



Gambar 1. 1 Data Pegguan X Terbanyak 2023
Sumber: databoks.katadata.co.id

Twitter atau yang saat ini dikenal dengan *X* adalah media sosial yang memiliki 24,3 juta pengguna di Indonesia pada pertengahan tahun 2023 menurut *Twitter The World Ranking*. Indonesia menempati posisi ke 5 sebagai *X* terbanyak di dunia. Sedangkan peringkat teratas diduduki oleh Amerika Serikat dengan total 95,4 juta pengguna. Banyaknya pengguna *X* ini membuat adanya perkembangan penyebaran informasi yang cepat tersebar. Pengguna dapat mengakses informasi dari berbagai penjuru dunia.

Saat ini *X* menjadi salah satu jalan pintas oleh para penggunanya untuk memperoleh informasi. Tanpa harus melakukan pencarian di *X*, pengguna dapat mendapatkan informasi yang sedang hangat dibahas pada halaman utama atau yang dinamakan *Timeline* pada *X*. Pengguna juga bisa menyebarkan cuitan dengan fitur *Retweet*, dengan begitu para pengikut atau *followers* dapat melihat cuitan tersebut. Hal ini yang membuat informasi di *X* cepat menyebar karena fitur – fitur yang terdapat di *X* memungkinkan saling berhubungan satu sama lain.

Tidak terkecuali dengan berita. Perkembangan teknologi membuat media *online* berita memanfaatkan fitur yang ada pada *X*. Fitur tersebut adalah *thread* atau utas, fitur tersebut memuat beberapa cuitan tanpa terputus, fitur *thread* sangat sering digunakan pada aplikasi ini karena pengguna dengan mudah membuat atau membaca utas pada media sosial tersebut.

Fitur *thread* pada *X* juga dimanfaatkan oleh salah satu media *online*, yaitu *Bandung Bergerak*. Media *online* tersebut menggunakan *X* sebagai salah satu media distribusi berita. *Bandung Bergerak* merupakan media *online* yang berada di

Bandung. Saat ini *Bandung Bergerak* tidak hanya memiliki portal berita saja, akan tetapi aktif juga di media sosial.

X menjadi salah satu pilihan *Bandung Bergerak* untuk lebih eksis di media sosial. Akun X *@BdgBergerakID* sudah ada sejak 2022, pada saat ini akun X tersebut memiliki 3 ribu pengikut. *@BdgBergerakID* juga sangat aktif membuat *Thread* di X. Rata – rata pembaca berita dari akun itu mencapai ratusan pembaca.

Berbeda dengan portal berita lainnya yang hanya mencantumkan *link* dan judul saja ketika memposting tweet atau cuitan di X. *Bandung Bergerak* menjadikan berita tersebut menjadi sebuah Utas atau *Thread*. Hal ini memudahkan para pembaca yang tidak usah pindah aplikasi ketika ingin membaca berita, karena berita tersebut sudah dijadikan utas dan para pembaca bisa membaca lebih praktis.

Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang berjudul “*Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.com Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi*” menyatakan bahwa penggunaan media sosial di Instagram menghasilkan sekitar 79.9% positif memenuhi kebutuhan para *followers*.

Hal ini selaras juga pada suatu penelitian oleh Mulyono Sri Hutomo dengan judul “*Bertahan Untuk Hidup: Konvergensi Pers Cetak Dalam Industri Digital Media*”, pada penelitian ini memaparkan bahwa untuk dapat mempertahankan eksistensi media cetak, maka strategi yang dilakukan adalah mencoba berbagai konvergensi media agar bisa terus menyebarkan informasi dan berita. Adapun beberapa tahapan penerbitan berita yaitu, praproduksi, produksi, dan pasca – produksi menurut Fred Wibowoi dalam buku “*Teknik Produksi Program TV*”

Pemaparan diatas menjadikan alasan penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Aktivitas Media Lokal Bandung Bergerak Pada Era Media Baru*”. Konvergensi yang dilakukan oleh media *online Bandung Bergerak* tidak hanya aktif di media sosial menyebarkan *link* berita, akan tetapi aktif juga membuat *video* untuk diunggah di *Instagram* serta membuat utas di *X*. Di mana hal ini menjadi nilai tambahan dibandingkan dari kebanyakan media *online* lainnya.

Alasan lainnya meliputi bahwa *Bandung Bergerak* merupakan salah satu media yang terkemuka dan akun *X Bandung Bergerak* memiliki pengikut 3 ribu pada Bulan November 2023. Para pengikutnya juga cukup aktif pada *thread* atau *utas* yang dibuat oleh *Bandung Bergerak*. *Instagram* juga menjadi salah satu media sosial yang aktif digunakan oleh *Bandung Bergerak*, dengan pengikut sekita 15 ribu pengikut pada bulan Juli 2024.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian mengenai fenomena dan identifikasi masalah, adapun fokus yang akan dilakukan pada penelitian kali ini, meliputi sebagai berikut:

1. Bagaimana proses praproduksi penyebaran berita *Bandung Bergerak* pada era media baru?
2. Bagaimana proses produksi penyebaran berita *Bandung Bergerak* pada era media baru?
3. Bagaimana proses pascaproduksi penyebaran berita *Bandung Bergerak* pada era media baru?

C. Tujuan Penelitian

Terdapat tujuan pada penelitian ini terbagi menjadi beberapa poin, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami proses praproduksi penyebaran berita *Bandung Bergerak* pada era media baru.
2. Untuk mengetahui dan memahami proses produksi penyebaran berita *Bandung Bergerak* pada era media baru.
3. Untuk mengetahui dan memahami proses pascaproses praproduksi penyebaran berita *Bandung Bergerak* pada era media baru.

D. Kegunaan Penelitian

Terbagi menjadi 2 kegunaan, yaitu kegunaan secara akademis dan secara praktis, dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Kegunaan penelitian secara akademis diharapkan bisa memberikan wawasan abagi semua khalayak untuk menambah wawasan serta pengetahuan mengenai konvergensi yang terjadi pada media digital. Adanya penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian serupa dengan sudut pandang yang berbeda.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan terhadap berbergai pihak, terlebih kepada pihak media yang membutuhkan dan ingin mencoba hal yang berbeda mengenai strategi penyebaran berita di media sosial yang ada.

E. Hasil Penelitian Yang Relevan

Peneliti pengumpulkan beberapa penelitian sebelumnya untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan dengan cara membandingkan, memperluas, serta mengeksplorasi persamaan maupun perbedaan dari segala aspek yang ditemukan. Berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya yang peneliti jadikan referensi dalam menulis penelitian ini.



Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Relevan

NO	NAMA/ UNIVERSITAS/ TAHUN	JUDUL	METODE & TEORI	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Nadia Araditya Paramastri dan Gumgum Gumilar/ Univesitas Padjajaran/ 2019	<i>Penggunaan Twitter Sebagai Medium Distribusi Berita dan Newsgathering oleh Tirto.id</i>	Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus intrinsik	<i>Tirto.id</i> menggunakan <i>Twitter</i> dikarenakan ada kesesuaian pada latar belakang <i>Tirto.id</i> yang membutuhkan alat perubahan	Untuk mengetahui motif media online menggunakan X sebagai media distribusi berita	Metode yang digunakan yaitu pendekatan studi kasus intrinsik. Sedangkan pada penelitian saat ini yaitu menggunakan metode <i>Social Contruction of Technology (SCoT)</i> . Objek dari dari

				sosial untuk generasi saat ini.		penelitian ini juga berbeda
2.	Fitra Ramadhan/ Bina Darma University/ 2020	<i>Pemanfaatan Analisis Jaringan Sosial Dalam Penentuan Centrality Dalam Pengembangan Web Berita Online</i>	Metode pendekatan yang digunakan adalah Social Network Analysis atau Analissi Jaringan Sosial	Penemuan dari penelitian yaitu terdapat 1064 akun dan 1261 edges yang menjadi aktor yang terlibat pada interikasi.	Penelitian ini menggunakan Aplikasi X sebagai objek penelitian mengenai pengembangan Web Berita Online	Topik pembahasan pada penelitian ini membahas mengenai jaringan sosial pada sistem informasi
3.	Nadya Berliana Putri, Nada Arina	<i>Analisis Dampak Adiksi</i>	Untuk metode yang digunakan	Penelitian ini menunjukkan	Adanya persamaan ketertarikan	Metode yang digunakan sama tetapi terdapat

	Romli/ Universitas Negeri Jakarta/ 2021	<i>Internet Pada Media Sosial X Di Indonesia Dengan Pendekatan Teori Komunikasi</i>	adalah kualitatif, sedangkan Teori yang digunakan adalah Teori Komunikasi Media Baru	bahwa Twiter memanfaatkan proses pada pembelajaran berbasis bakat alami	mengenai dampak dari media sosial X	berbedaan pada Teori. Adapun penelitian ini membahas mengenai dampak adiksi internet
4.	Devita Savira Sanida dan Happy Prasetyawati/ Sekolah Tinggi	<i>Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.coo Terhadap</i>	Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik <i>simple sample</i>	Pengguna media sosial Instagram menghasilkan 79.9% positif terhadap kebutuhan	Sama – sama bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosial media untuk kebutuhan informasi	Penelitian tersebut menggunakan aplikasi Instagram sebagai objek penelitian. Berbeda dengan penelitian kali ini yang menggunakan

	Ilmu Komunikasi InterStudi/ 2023	<i>Followers</i> <i>Dalam</i> <i>Mendapatkan</i> <i>Kebutuhan</i> <i>Informasi</i>	<i>random. Teoi</i> yang digunakan yakni Teori <i>Use</i> <i>and Effect</i>	infomasi <i>followers</i>		aplikasi X sebagai objek penelitian.
5.	Novanca Nafista/ UIN Sunan Gunung Djati Bandung/ 2023	<i>Pemanfaatan</i> <i>Tiktok Sebagai</i> <i>Media</i> <i>Distribusi</i> <i>Informasi</i> <i>Alternatif Media</i> <i>Inspira Tv</i>	Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teori SCoT		Memiliki kesamaan pada metode dan teori yang digunakan	Perbedaan objek penelitian media televisi dan sosial media Tiktok

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Teori *New Media* digunakan pada penelitian ini, Teori Media Baru diperkenalkan oleh Pierre Levy, Konsep media sebagai produk teknologi komunikasi yang muncul seiring dengan perkembangan komputer digital. Sebelum dekade 1980-an, media massa dominan menggunakan metode cetak dan model analog, seperti koran, televisi, sinema, dan radio. Namun, sekarang, media baru hadir dalam bentuk digital, menggantikan pendekatan tradisional dengan proses digitalisasi (Creeber & Martin, 2009).

Proses komunikasi dalam media baru dapat diidentifikasi melalui ciri-ciri seperti kecepatan penyebaran informasi, tingkat keterbukaan, dan kekompakan. Berbeda dengan media tradisional yang melibatkan individu dengan keahlian profesional seperti wartawan dan penulis dalam pembuatan konten, yang memiliki tanggung jawab untuk menjamin keakuratan konteks teks. Di media baru, diperkirakan bahwa pengguna tidak hanya mampu menciptakan konten multimedia sendiri, melainkan juga memiliki kemampuan untuk menyebarkannya melalui program dan layanan khusus, sambil juga mengonsumsi teks dari pengguna lain. Oleh karena itu, salah satu karakteristik utama media baru adalah munculnya peran komunikatif baru bagi pengguna, yang melibatkan peran sebagai pengirim dan penerima informasi.

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan kerangka beripikir yang dapat dilakukan untuk memecahkan suatu masalah. Pada penelitian ini menggunakan kerangka konseptual sebagai berikut:

1) Media *Online*

Media *online* memiliki arti media yang terhubung ke dalam jaringan internet. Informasi atau pesan dapat diperoleh dari media *massa* online. Media *online* berasal dari 2 kata, yaitu media yang berarti sarana dan *online* yang dapat diartikan sesuatu yang terhubung dengan jaringan internet. Media *online* juga memiliki sebutan yang berbeda – beda, yaitu media internet, media *digital*, media elektronik. Dapat disimpulkan bahwa media *online* adalah media komunikasi yang memerlukan internet agar bisa diakses oleh penerima atau pengirim.

2) Media Sosial

Media sosial merupakan *platform online* yang bisa digunakan bagi para pengguna untuk membagikan konten ataupun berinteraksi dengan pengguna lainnya, X menjadi salah satu media sosial yang cukup banyak digunakan. Fokus utama media sosial adalah interaksi sosial dan berbagi konten dengan orang lain. Pengguna dapat mengunggah gambar, video, dan tulisan, serta berkomunikasi dengan teman, keluarga, atau pengguna lain melalui komentar, pesan pribadi, atau berbagi konten. Media sosial berfokus untuk berinteraksi dengan para teman ataupun kerabat dengan cara mengunggah foto, video, dan tulisan. Pengguna lain juga dapat berkomunikasi melalui pesan pribadi atau komentar pada unggahan di media sosial.

X merupakan media sosial yang dikelola oleh *Twitter Inc.*, pengguna dapat mengirim atau menerima pesan tweets karena jaringan sosial yang berupa mikrobiolog yang ditawarkan oleh *Twitter Inc.* (*Twitter*, 2013). Mikrobiolog ini merupakan alat komunikasi *online* yang mana para penggunanya bisa menyebarkan pesan secara instan. Saat ini *Twitter* berganti nama menjadi *X*, logo yang awal mulanya adalah burung biru, saat ini berubah menjadi huruf *X*. *Rebranding* ini dilakukan oleh pemilik *Twitter* saat ini yaitu Elon Musk, kepemilikan sebelumnya dipegang oleh Jack Dorsey yang juga pendiri dari *Twitter*.

Salah satu fitur yang cukup sering dipakai oleh penggun *X* adalah fitur *thread* atau utas. Utas merupakan gabungan dari beberapa *tweets* yang dilakukan oleh pengguna. Semua pengguna bisa membuat *thread* atau utas. Fitur ini memudahkan untuk menyebarkan informasi, fitur ini juga mudah dipahami oleh para pengguna *Twitter* atau *X*. *Bandung Bergerak* juga menggunakan *X* sebagai media penyebar an berita. Fitur – fitur pada *X* juga sangat membantu bagi ruang lingkup jurnalistik. Media *online* bisa berinteraksi dengan para *audiens*, bahkan *audiens* bukan dari *followers* saja, tetapi mendapatkan respons dari *non – followers* juga. *Bandung Bergerak* menjadi salah satu media *online* yang memanfaatkan fitur tersebut dengan cara membagikan berita di akun *X* resmi @BdgBergerakID. Penyebaran berita ini cukup unik, karena pada umumnya akun media sosial dari media *online* biasanya hanya menyebarkan *link* berita dan menuliskan judul saja. Berbeda dengan akun *X* @BdgBergerakID yang juga menuangkan tulisan berita dengn cara membuat Utas di *X*.

Instagram, yang awalnya hanya digunakan untuk membagikan foto dan video, Saat ini Instagram dapat digunakan untuk berbagi berita dan dan informasi berupa foto dan video. *Instagram* membuat masyarakat tidak perlu mencari portal berita *online* karena semua berita dapat ditemukan di *platformnya*. Selain itu, pengguna dapat mendapatkan berita yang sesuai dengan kebutuhan mereka karena berita muncul di *timeline* akun mereka. *Instagram* memudahkan para pengguna untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya. Misalnya, jika pengguna ingin mengetahui informasi mengenai kota tertentu maka pengguna dapat mengikuti akun khusus yang menyajikan tentang informasi kota tersebut (Nofha Rina, 2020:15). Salah satu yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi yaitu *Bandung Bergerak*.

Instagram merupakan media sosial yang tepat untuk menyebarkan informasi karena mudah diakses dan cepat. *Instagram* dianggap sebagai *platform* yang efektif untuk mendapatkan informasi yang dicari dan dibutuhkan oleh pengguna internet. Hal ini disebabkan fakta bahwa *platform* ini menyampaikan informasi hanya melalui akun pengguna yang mereka ikuti, yang membuatnya menjadi salah satu pilihan utama untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

3) Berita

Berita adalah suatu informasi, gagasan atau ide yang bersifat faktual serta akurat dan menarik. Informasi yang diberikan juga dianggap penting oleh *audiens*. Jika informasi yang disajikan menurut audiens tidak penting, maka informasi tersebut tidak bisa dijadikan berita karena tidak adanya daya tarik bagi audiens (Dennis, 2008, hal. 23).

Dalam literatur, berita terbagi menjadi 3 bagian, yaitu *Hard News*, *Soft News*, dan *Indepth News*

- *Hard News*, informasi pada *Hard News* adalah informasi yang baru terjadi. *Hard News* adalah berita mengenai peristiwa penting bagi masyarakat, kelompok sosial, ataupun organisasi.
- *Soft News*, berita ini dikenal juga dengan sebutan *feature*. Informasi yang ada pada berita ini tidak aktual atau terbaru, akan tetapi memiliki daya tarik *audiens*.
- *Indepth News*, informasi yang disajikan mendalam karena jenis pada berita ini adalah investigatif. Berita ini biasanya diangkat dari sebuah peristiwa atau masalah yang kontroversi.

G. Langkah – langkah/Prosedur Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan pada akun media sosial dari media *online Bandung Bergerak*. Penelitian ini dilaksanakan secara langsung, bertempat di Bandung, tepatnya di Jalan Kayu Agung I Nomor A3-A Turangga, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40264. Alasan memilih objek dari penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Media *online Bandung Bergerak* dikenal oleh berbagai kalangan. Pengikut media sosial *Bandung Bergerak* mencapai ribuan *followers*
2. Masalah pada penelitian ini selaras dengan prodi Ilmu Komunikasi Jurnalistik

2. Paradigma dan Pendekatan

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme yang artinya membangun. Pada konteks filsafat Pendidikan, Menurut Agus N. Cahyo di buku "*Panduan Aplikasi Teori-Teori Belajar Mengajar: Teraktual Dan Terpopuler*" konstruktivisme berarti sesuatu yang dapat membangun tatanan kehidupan agar lebih modern. Pada buku Khodijah N yang berjudul "*Psikologi Pendidikan*" menyatakan bahwa konstruksi juga adalah teori mengenai pengetahuan dan pembelajaran, bagaimana seseorang bisa mengetahui dan bagaimana seseorang menjadi tahu (Suryana, Aprina, & Harto, 2022, hal. 2072). Konstruktivisme mempunyai asumsi bahwa suatu perilaku, orang, dan lingkungan saling berinteraksi secara timbal balik (Suparlan, 2019, hal. 83)

Terdapat 2 prinsip pada teori konstruktivisme menurut Wheatley, yaitu pengetahuan tidak bisa didapatkan secara pasif, tetapi bisa didapatkan secara aktif, lalu dapat membantu perorganisasian dari pengalaman nyata (Suryana, Aprina, & Harto, 2022, hal. 2075)

Paradigma ini juga menjelaskan mengenai bagaimana suatu objek dipahami dengan cara mendengar objek tersebut. Paradigma ini juga mempunyai sudut pandang berdasarkan dari hasil pemahan individu masing – masing (Novanca, 2023).

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini pada prosesnya memiliki aspek – aspek kecenderungan, situasional deskriptif, serta wawancara mendalam. Pendekatan ini cukup relevan dengan apa yang akan diteliti karena penelitian ini akan mewawancarai secara mendalam kepada informan

Suara.com mengenai pemanfaatan akun *Twitter* atau *X* sebagai salah satu media distribusi.

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif, hasil dari wawancara yang telah dihasilkan dituangkan kedalam tulisan. Menurut Cooper dan Emory (1996), tipe metode ini menuntut untuk mempunyai kemampuan meneliti yang tinggi serta ideal ketika pelaksanaanya (Zellatifanny & Mudjiyan, 2018, hal. 85). Penggunaan metode deskriptif ini, penelitian ini akan memaparkan upaya untuk meneliti objek mengenai bagaimana Aktivitas media *online Bandung Bergerak* pada era media baru.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis Data yang akan dikumpulkan berupa narasi, hal ini bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan informasi pada penelitian ini. Umumnya, data kualitatif bersifat *non numerik* dan atau berupa deskriptif. Sekumpulan data ini akan didapatkan dengan cara observasi serta wawancara yang akan dibuatkan transkripnya.

b. Sumber Data

Sumber data yang akan dikumpulkan terbagi menjadi 2 bagian, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1) Sumber Data Primer

Sumber data utama yang akan digunakan pada penelitian ini adalah informan dari Suara.com. Meliputi Sosial media *officer*, *CEO specialist*, *coordinator* media sosial, serta *editor* yang ada di *Bandung Bergerak*.

2) Sumber Data Sekunder

Beberapa data pendukung untuk penelitian ini meliputi buku, jurnal, dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini untuk melengkapi atau menambahkan informasi yang dibutuhkan.

5. Teknik Penentuan Informan

Penelitian mendalam dibutuhkan pada penelitian ini, salah satu cara agar informasi yang didapatkan mendalam adalah dengan cara mewawancarai. Wawancara ini akan dilakukan dengan social media *officer* dari *Bandung Bergerak*.

Purposive Sampling adalah teknik pemilihan informan sangat dipertimbangkan, tidak secara acak (Sugiyono, 2018, hal. 138). Adapun kriteria informan untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Informan merupakan orang yang ikut serta dalam proses penyebaran berita di *Bandung Bergerak*,
2. Informan merupakan orang yang ikut serta mengalami fenomena yang terjadi,
3. Informan merupakan orang yang memahami dan bisa menceritakan objek yang akan diteliti.

Pengambilan informasi dari informan mengenai “*Aktivitas Media Online Bandung Bergerak Pada Era Media Baru*”, pertanyaan yang akan digunakan juga sesuai dengan *jobdesc* para informan dan peran informan tersebut.

6. Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Wawancara menjadi salah satu teknik pengumpulan data yang akan dilakukan. Wawancara kepada informan dilakukan untuk bisa lebih memahami permasalahan pada penelitian ini. Dengan melakukan tanya jawab saat wawancara berlangsung dapat memahami pandangan dari informan berikan.

2) Observasi

Pada langkah berikutnya adalah mengobservasi agar bsai mengumpulkan data secara mendalam. Peneliti akan melakukan observasi semasa penelitian dilakukan, fenomena yang akan ditemukan akan dideskripsikan secara mendalam dengan terstruktur.

3) Dokumentasi

Dokumentasi akan dilakukan untuk mengkaji banyaknya dokumen yang relevan yang dibutuhkan pada penelitian ini. Dokumen ini bisa berupa mengenai media yang sedang diteliti, foto atau video, serta rekaman suara wawancara atau pun rekaman lainnya. Dokumentasi ini dapat mendukung keabsahan dari hasil penelitian yang sedang diteliti.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik triangulasi akan digunakan pada penelitian ini. Teknik triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan data lain yang diluar dari data tersebut. Lalu dilakukan pengecekan sebagai perbandingan antara data tersebut. Teknik ini digunakan untuk menghilangkan

perbedaan yang ada ketika proses penelitian berlangsung. Tujuan penggunaan teknik adalah untuk membandingkan serta mengamati informasi yang telah didapat selama penelitian berlangsung pada saat wawancara, observasi, dan dokumentasi.

8. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah data yang berhasil dikumpulkan akan diproses untuk dapat menjawab pertanyaan yang terdapat dalam fokus penelitian. Setelah itu dilakukan analisis data untuk memilih poin penting dari informasi yang telah didapatkan dari hasil wawancara dan observasi (Sutrisno, 1993:248). Proses analisis data akan dilakukan sebagai berikut:

1) Reduksi Data

Menurut Bugin (2011:145) mengartikan reduksi data sebagai bahwa peneliti memahami semua informasi yang dibutuhkan pada saat penelitian, terlebih pada pertanyaan di fokus penelitian harus sudah terjawab.

2) Penyajian Data

Nasution (1988:129) memaparkan bahwa peneliti dapat menyusun data yang telah didapatkan dengan bentuk naratif, table, maupun bagan

3) Verifikasi

Tahapan ini adalah tahapan terakhir, peneliti menarik kesimpulan dari data yang telah berhasil dikumpulkan untuk menghasilkan hasil akhir terhadap penemuan pada penelitian ini. Tahapan ini sangat penting dilakukan karena tahapan ini akan menghasilkan kesimpulan yang valid untuk penelitian yang dilakukan.

9. Rencana Jadwal Penelitian

Rencana jadwal penelitian ini bertujuan untuk bisa memberikan estimasi waktu yang dibutuhkan agar penelitian ini berjalan dengan lancar. Adapun rincian mengenai jadwal penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut.



