



Pola Kerja Jurnalis Digital di Akun TikTok @prfmnews

Aulia Nur Azizah ^{1*}, Cecep Suryana ¹, Barzan Faizin ¹

¹Jurusan Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : aulianrzhp123@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pola kerja yang dimainkan oleh jurnalis digital di akun TikTok @prfmnews dengan berfokus pada pola kerja jurnalis yang meliputi tiga tahapan kerja jurnalis, yakni pra produksi konten, produksi konten, serta pasca produksi konten. Metode yang digunakan adalah studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perubahan pola kerja yang dimainkan oleh jurnalis di era konten digital pada akun TikTok @prfmnews. *Pertama*, pada tahap pra produksi meliputi rapat redaksi. *Kedua*, pada tahap produksi meliputi: pencarian data, verifikasi data, penulisan naskah dan caption, live streaming TikTok, editing dan juga lebih banyak publikasi. *Ketiga*, pada tahap pasca produksi meliputi : interaksi dan feedback, serta evaluasi hasil konten. Pola tersebut jelas berbeda dengan pola kerja jurnalis di radio dulu dimana pada tahap produksi hanya meliputi pra produksi (rapat redaksi), produksi (reportase, penulisan naskah, siaran), pasca produksi (evaluasi dan editing).

Kata Kunci : Pola Kerja; Jurnalis Digital; TikTok

ABSTRACT

This research is intended to find out the work patterns played by digital journalists on the TikTok account @prfmnews by focusing on journalists' work patterns which include three stages of journalist work, namely pre-content production, content production and post-content production. The method used is a descriptive study with a qualitative approach. The results of this research show a change in the work patterns played by journalists in the era of digital content on the TikTok account @prfmnews. First, the pre-production stage includes editorial meetings. Second, the production stage includes: data search, data verification, script and caption writing, TikTok live streaming, editing and also more publications. Third, the post-production stage includes: interaction and feedback, as well as evaluation of content results. This pattern is clearly different from the work pattern of journalists on radio in the past where the production stage only included pre-production (editorial meetings), production (reportage, script writing, broadcasts), post-production (evaluation and editing).

Keywords : Work Pattern; Digital Journalist; TikTok)

PENDAHULUAN

Jurnalis tidak lagi terbatas pada platform media konvensional, tetapi juga aktif berperan di media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Berdasarkan laporan terbaru databoks.katadata.co.id, yang diakses pada 28 April 2024, TikTok telah mencapai peringkat lima besar dalam daftar media sosial paling populer di dunia pada awal 2024. Hal ini karena masyarakat cenderung mencari informasi secara instan dan dalam format yang lebih menarik, singkat, dan mudah dicerna. Apalagi media sosial bersifat mudah dan murah karena bisa diakses kapan saja dan dimana saja.

Mandibergh (2012) mendefinisikan media sosial sebagai platform yang memfasilitasi kerja sama antara pengguna untuk menciptakan konten. Sehingga banyak industri media yang menggunakan fasilitas media sosial untuk menciptakan konten, seperti konten video berita yang terdapat pada akun akun TikTok @prfmnews. Media sosial yang dimiliki Radio PRFM Bandung ini aktif menggunakan media sosial untuk penyebaran informasi.

Transformasi media mencakup perubahan dalam cara media beroperasi, menghasilkan dan menyebarkan konten serta berinteraksi dengan audiens. Transformasi media juga melibatkan konvergensi media, yaitu penggabungan antara media tradisional dan media digital. Untuk bisa terus eksis dalam khalayak luas, akun TikTok @prfmnews telah menunjukkan adanya konvergensi, sehingga penulis menduga adanya transformasi jurnalis pada akun TikTok milik Radio tersebut.

Dalam tataran jurnalis, konvergensi berimplikasi pada cara kerja jurnalistik yang menghadirkan peran baru. Sehingga, cara kerja jurnalis menjadi salah satu perubahan penting di era konten digital karena berdampak pada pola distribusi konten. Maka dari itu, jurnalis harus mampu beradaptasi dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern agar semakin terkoneksi.

Hal ini sejalan dengan pendapat Sambo dan Yusuf (2017 : 90-91), bahwa pola kerja jurnalis dalam era digital berbeda dengan wartawan jurnalis biasa pada umumnya dalam konteks keterampilan memproduksi berita dengan berbagai format. Karena jurnalis digital dituntut bukan hanya mampu dalam memproduksi cerita cetak, tapi juga cakap dan terampil dalam menghasilkan video, foto, teks untuk online, serta mereportase ke radio dalam sekali waktu liputan, editing, hingga publikasi.

Menurut Lanuari dalam Falah (2020), jurnalis memiliki peran penting di era industri 4.0 saat ini, sebagai sumber atau mendalami perkembangan, penyelesaian masalah, dan pemersatu yang berhubungan dengan teknologi. Sehingga kedepan, diharapkan akan terjadi pembaruan atau perkembangan teknologi yang juga akan menguntungkan bagi para jurnalis. Sehingga, antara jurnalis dengan industri 4.0 akan memiliki hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain.

Tidak terlepas dari penelitian terdahulu sebagai informasi awal dan acuan untuk penelitian. Maka penulis cantumkan beberapa referensi yang digunakan oleh peneliti, diantaranya sebagai berikut.

Pertama, jurnal yang berjudul *Jurnalisme di Era Digital*, karya Marhamah Fauzi (2021). Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitiannya ialah ditemukannya transformasi jurnalisme di era digital yang dapat terjadi pada empat hal yaitu: cara kerja para jurnalis dalam mencari informasi, sifat konten berita, struktur organisasi media di dalam ruang redaksi, dan sifat hubungan antara media, reporter dengan sejumlah publik seperti khalayak (audience). Tantangan jurnalisme digital di era digital adalah dalam hal menyajikan informasi yang akurat, berkualitas dan kredibel kepada khalayak.

Kedua, skripsi yang berjudul *Transformasi Radio PRFM dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi di Era Digital* karya Tissa Salsabilah (2022), mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Skripsi tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun teorinya ialah teori konvergensi media. Hasil dari penelitian ini adalah pada sebuah media konvensional seperti Radio PRFM yang mencoba untuk bertransformasi di era digital, melalui beberapa proses diantaranya seperti berupaya beradaptasi dengan melakukan observasi kepada media lain maupun kondisi sekitar saat ini, kemudian menyusun strategi yang dapat diimplementasikan pada produk maupun perusahaan agar dapat mempertahankan eksistensi di era digital.

Ketiga, jurnal dengan judul *Jurnalisme Digital : Dari Pengumpulan Informasi Sampai Penyebaran Pesan* karya Muhammad Ashari (2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode literature review. Hasil penelitian ini melihat konsep jurnalisme digital perlu dielaborasi kembali supaya bisa lebih mencakup keseluruhan praktik produksi berita dari hulu sampai hilir sebagaimana yang terdapat dalam konsep jurnalisme.

Keempat, skripsi dengan judul *Kredibilitas Jurnalisme Media Sosial dalam Akun Instagram Resmi Opini.id* karya Faizah Nurhidayah (2022). Skripsi ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasilnya ditemukan bahwa Opini.id tidak memenuhi syarat untuk disebut sebagai media yang kredibel dalam dimesi bias, akurasi, dan kelengkapan berita.

Kelima, jurnal dengan judul *Pola Kerja Wartawan Muda Dan Madya di Era Digital* karya Anisa Setya Arifina, Prinisia Nurul Iksari, dan Jaduk Gilang Pembayun (2021). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital digunakan untuk kebutuhan personal saja di luar tugas jurnalistik bagi wartawan madya dan muda di industri surat kabar lokal. Penyebabnya adalah pola konsumsi media digital wartawan

muda dan madya yang masuk dalam kategori joiners dan conversationalists. Dengan kata lain mereka adalah penikmat dan penonton.

Dari kelima penelitian terdahulu tersebut, belum ada yang meneliti mengenai pola kerja jurnalis di era digital yang berfokus pada TikTok. Sehingga, berdasarkan latar belakang dari rangkaian fenomena diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui pola kerja yang dimainkan oleh jurnalis di era konten digital. Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk membahasnya dengan judul “Pola Kerja Jurnalis Digital di Akun TikTok @prfmnews”. Untuk mengidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini, penulis akan mengkaji penelitian ini menjadi tiga pertanyaan, yakni : (1) Bagaimana pola kerja jurnalis digital di akun TikTok @prfmnews pra produksi konten? (2) Bagaimana pola kerja jurnalis digital di akun TikTok @prfmnews dalam produksi konten? (3) Bagaimana pola kerja jurnalis digital di akun TikTok @prfmnews pasca produksi konten?

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Objek dalam penelitian ini ialah akun TikTok @prfmnews. Akun TikTok @prfmnews merupakan salah satu akun media sosial Radio PRFM Bandung yang diandalkan oleh masyarakat kota Bandung dalam penyebaran informasinya. Temuan penelitian akan dikumpulkan berdasarkan fakta yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, tanpa masukan dari sudut pandang pribadi peneliti.

LANDASAN TEORITIS

Secara konseptual, penelitian ini merujuk beberapa teori serta konsep penting yang menjadi penunjang penelitian, diantaranya ialah konsep mengenai pola kerja, jurnalisme digital, media sosial TikTok, dan teori media baru (*new media*).

Luthans dalam Bramasto (2020: 6) mendefinisikan pola kerja sebagai sebuah metode yang digunakan oleh manajemen untuk mengembangkan isi pekerjaan seperti pemberian tugas yang relevan serta dari mana tugas diformulasikan dan direvisi. Menurut Subandijo (2012), pada dasarnya, pola kerja (*job design*) dibuat untuk menyesuaikan dengan kebutuhan atau persyaratan dari organisasi, yang kemudian disesuaikan dengan kondisi lingkungan, fasilitas, anggaran organisasi, dan faktor lainnya.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pola kerja merupakan sebuah kerangka kerja yang ditugaskan kepada pelaku kerja untuk menyelesaikan pekerjaan yang disesuaikan dengan sifat dan fungsi tugasnya. Dalam profesi jurnalis, kegiatan atau aktivitas yang akan dilakukan oleh jurnalis merupakan sebuah kerangka/ pola kerja jurnalis. Menurut Al-Fandi (2021: 5) “aktivitas utama jurnalistik adalah melaporkan kejadian dengan menyatakan 5W+1H”.

Adapun untuk pembagian pola kerja yang ada di radio, Wahyudi dalam Tiara (2013) mengelompokkannya ke dalam 3 bagian, yakni pra produksi,

produksi, serta pasca produksi. Merujuk pada Lewy (2009) dan Al-Fandi (2021), tiga tahapan produksi radio secara umum, diantaranya : (1) Pra produksi meliputi Planning atau perencanaan yang biasanya dilakukan saat rapat redaksi. (2) produksi yang meliputi reportase, penulisan naskah serta siaran. (3) Pasca produksi meliputi evaluasi dan editing.

Kawamoto (2003) menekankan Jurnalisme digital adalah praktik yang telah ada sebelumnya namun diadaptasi dengan konteks baru. Dikutip dari Kompas dalam Haryanto (2014), era multimedia sekarang membuat informasi mengalir dengan sangat cepat, dan proses penyampaian informasi kini terjadi dalam hitungan menit, bahkan detik. Semua sektor media saat ini berlomba-lomba untuk menghasilkan informasi terkini yang sedekat mungkin dengan waktu kejadian. Definisi berita yang dulu disebut memberitakan terjadinya *suatu peristiwa yang telah terjadi* kini berganti menjadi: *memberitakan terjadinya suatu peristiwa yang sedang terjadi*.

Kemudian, Pavlik (2001) dalam Iskandar (2022) menambahkan seiring perkembangan era digital, jurnalis pun mengalami beberapa perubahan wilayah, diantaranya ; (1) pengumpulan dan pelaporan berita; (2) pengumpulan data informasi dan pengembangannya; (3) proses, produksi, dan editorial; (4) distribusi dan penerbitan; serta (5) penampilan, tata letak, juga akses berita.

Secara umum, karakteristik utama dari jurnalisme online adalah kecepatan dan keterkinian informasi yang menjadi tuntutan. Hal ini membutuhkan jurnalis untuk bekerja dengan cepat, didukung oleh teknologi internet yang memungkinkan akses tanpa batas terhadap data. Namun, nyatanya kemudahan akses internet dan jaringan data membuat jurnalisme online rentan terhadap tindakan plagiarisme. Bahkan ironisnya, ada jurnalis yang sengaja atau tidak sengaja terjebak dalam kebiasaan *copy-paste*, yang sering disebut sebagai "*copy-paste journalist*" (Muliawanti, 2018).

Media sosial sebagai platform komunikasi online telah mengambil peran dominan dalam kehidupan modern. Hampir setiap aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh media sosial. Menurut Nasrullah (2017: 11), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk hubungan sosial secara virtual.

TikTok merupakan sebuah platform jejaring sosial dan musik video yang populer di Indonesia bahkan dunia pada tahun 2020 (Pardianti, dkk, 2022: 193). Aplikasi ini dapat diunduh melalui berbagai platform seperti *App Store*, *Google Play*, dan aplikasi Android lainnya. Aplikasi TikTok pertama kali dipublikasikan oleh Zhang Yimin yang berasal dari negara China, pada tahun 2016. Menurut data dari We Are Social pada per April 2022, Indonesia menempati peringkat

kedua dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak dunia yaitu mencapai 112,97 juta pengguna. Terhitung hingga Februari 2024, pengguna Tiktok di Indonesia melonjak hingga 126,8 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia di awal tahun 2024, Lonjakan ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi primadona di kalangan masyarakat Indonesia, dengan semakin banyak orang yang menggunakannya untuk berbagi konten dan berinteraksi dengan sesama pengguna.

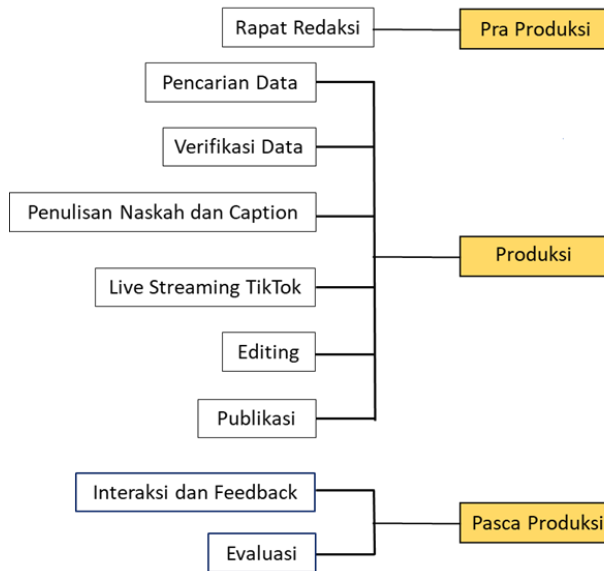
Menurut Rahardjo (2011), media baru tidak bisa dipisahkan dari perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi. Kehadiran Internet telah mempengaruhi aktivitas jurnalisme, memungkinkan jurnalis untuk menggunakan jaringan internet dalam mencari, mengolah, dan mengirimkan informasi atau berita sebagai produk jurnalisme. Kegiatan jurnalisme yang dilakukan melalui Internet ini sering disebut sebagai jurnalisme online atau media digital. Hal ini berarti bahwa produk jurnalisme kini dapat disebarluaskan melalui jaringan Internet ke seluruh penjuru dunia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun TikTok @prfmnews merupakan salah satu akun media sosial milik Radio lokal di Bandung, yakni PRFM News Channel. Dengan era digitalisasi yang semakin pesat, TikTok @prfmnews mengalami pertumbuhan yang signifikan. Meskipun TikTok umumnya berfungsi sebagai *platform* hiburan dengan fitur *like*, *comment*, dan *share* untuk foto *carousel*, video berdurasi 1-60 detik, serta *live streaming* yang dapat menghibur pengguna, PRFM News telah memanfaatkannya sebagai media untuk menyebarkan berita. Hingga kini, jumlah pengikut akun TikTok PRFM News mencapai 708,4 ribu per tanggal 30 Mei 2024 pukul 14.27 WIB. Jumlah tersebut lebih tinggi dari jumlah pengikut media sosial lainnya di PRFM, diantaranya ; Instagram dengan 367 ribu *followers*, Twitter atau X dengan 317,144 *followers*, Facebook dengan 76 ribu *followers*, serta YouTube dengan 83 ribu *followers*.

Adapun jumlah informan yang peneliti wawancara mengacu pada pendapat Dukes. Menurut Creswell (2007) dalam Wibawa (2020), Dukes menyebutkan bahwa dalam penelitian kualitatif boleh dilakukan dengan 3 sampai dengan 10 orang. Sehingga, dalam hal ini peneliti mengambil 3 informan. Ketiga informan tersebut ialah, (1) Iqbal Pratama Putra sebagai pemimpin redaksi, (2) Feisal Tri Septiana sebagai ketua divisi media sosial, dan (3) Rizky Permana sebagai admin media sosial. Dari proses penggalan data penulis bisa membuat sintesa hasil penelitian ini.

Pola Kerja Jurnalis pada TikTok @prfmnews



Sumber: diolah oleh peneliti dari berbagai sumber

Gambar 1. Pola Kerja Jurnalis pada TikTok @prfmnews

Pola kerja jurnalis digital di akun TikTok @ prfmnews pra produksi konten

Pola kerja yang penulis peroleh dalam tahap pra produksi konten di akun TikTok @prfmnews ialah rapat kerja atau rapat redaksi. Rapat redaksi di Radio PRFM dilaksanakan rutin seminggu sekali dan dipimpin oleh pemimpin redaksi. Rapat redaksi ini penting dan menjadi agenda mingguan yang dilaksanakan setiap hari Jumat. Pada rapat redaksi inilah, para kru di Radio PRFM merancang dan merencanakan agenda pemberitaan atau topik yang akan dibahas di radio maupun di media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara, kru yang bertugas dalam mengelola konten di akun TikTok @prfmnews ialah tim media sosial yang diketuai oleh Feisal Tri Septiana. Tim media sosial merupakan *newsroom*-nya konten media sosial, termasuk TikTok. Sehingga, meskipun telah melakukan rapat redaksi rutin untuk keseluruhan kru, tim media sosial juga mempunyai rapat khusus yang dilaksanakan setiap hari Senin.

Menurut Faissal, dalam proses penentuan konten, masih mengikuti *trend* dan isu apa yang sedang hangat di masyarakat. Sehingga dari di tim medsos ada

meeting mingguan. Kira-kira konten apa aja yang lagi *hits*. Kita juga harus meleleh *nih*. *Trend* di TikTok lagi kemana? Biasanya kita akan mengikuti *trend* dan akan dibuatkan konsep perencanaan untuk pembuatan konten, tapi dengan gaya kita, dengan versi PRFM (Wawancara dengan Feisal Tri S. 22/05/2024).

Selanjutnya, Faisal mengatakan bahwa konten-konten yang diangkat pada akun TikTok @prfm dan semua platform lainnya adalah isu yang sedang ramai di sekitar Bandung Raya, kecuali jika ada isu nasional atau berita yang ber-*value* besar, PRFM pasti akan mengelola dan mengangkat isu tersebut.

Kemudian berdasarkan hasil dan pengamatan, diketahui bahwa konten-konten yang ada di akun TikTok @prfmnews didominasi dari konten yang bersumber dari laporan warga (*Citizen Journalism*) yang kemudian diolah menjadi sebuah konten. Konten yang ada di TikTok pun merupakan konten serupa yang ada di media sosial instagram yang dikonversikan sesuai dengan *niche* TikTok @prfmnews. Dengan adanya citizen journalism ini, masyarakat biasa melaporkan suatu kejadian atau memberikan informasi yang kemudian di unggah di berbagai *platform* oleh PRFM.

Hal ini selaras dengan pendapat Iqbal Pratama Putra mengatakan bahwa agenda pemberitaan diambil berdasarkan laporan warga yang sedang hangat dibicarakan terus juga bisa dari momentum yang sedang viral secara nasional atau juga dari kejadian-kejadian penting seperti kecelakaan kemarin yakni kecelakaan bus di Subang (Wawancara dengan Iqbal Pratama Putra. 22/05/2024)

Berdasarkan kondisi ini, dapat dikatakan bahwa seorang jurnalis berperan sebagai pemberdaya (*empowerer*), yang melibatkan masyarakat sebagai produsen informasi melalui partisipasi aktif, dengan *citizen journalism* sebagai salah satu contoh kegiatan ini. Jurnalis harus bisa berinteraksi dengan audiens mereka, menjawab pertanyaan, mengumpulkan umpan balik, dan menjalin hubungan yang kuat dengan pembaca mereka. Peran ini sesuai dengan peran dan fungsi jurnalis digital menurut Kovach dan Rosentiel dalam Iskandar (2022: 22).

Di era digital sekarang ini, maraknya *citizen journalism* menjadi hal lumrah. Bahkan banyak media yang menampung aspirasi dan juga karya dari *citizen journalism*. Menurut Manap, dkk, (2021), fenomena *citizen journalism* atau jurnalisme warga yaitu akibat maraknya pengguna internet yang memungkinkan masyarakat menyebarkan informasi dengan cepat dan kadang tanpa memperdulikan kebenaran fakta dan data, dan ini menjadi pembeda antara jurnalis profesional dengan jurnalisme warga.

Praktik *citizen journalism* yang umum dijumpai di media radio melibatkan program-program berita yang mengajak partisipasi warga. Stasiun radio sering kali menggunakan platform media sosial seperti Facebook untuk warga menyampaikan informasi, yang kemudian diintegrasikan ke dalam program-program berita mereka. Selain itu, ada juga program berita langsung di mana

stasiun radio memberi kesempatan langsung kepada warga untuk menyampaikan berita atau informasi melalui panggilan telepon (Marwantika dan Prabowo, 2023: 91)

Lebih lanjut mengenai konsep perencanaan, *Content planning* menjadi hal penting dalam menentukan strategi produksi konten dan efektivitas konten di era digitalisasi media saat ini. Hal ini juga dilakukan oleh PRFM, dimana sebelum PRFM menemukan format berita yang benar-benar dinilai efektif dan cocok untuk audiens, para kru di Radio PRFM serta setiap jurnalis atau pengelola konten juga melalui proses dan pengadaptasian. Sesuai dengan pernyataan Faisal, bahwa :

“Bahkan, sampai saat ini PRFM masih melakukan pencocokan untuk konten berita di TikTok. Sebab, karakteristik pengikut TikTok tidak sama dengan yang ada di media sosial lainnya, begitu pula dengan fitur-fiturnya.” (Wawancara dengan Feisal Tri S. 22/05/2024)

Hal ini berkaitan dengan rangkaian awal dalam mengkomunikasikan sebuah pesan, dimana tahap paling utama adalah perencanaan. Menurut Utami, dkk, (2023), tahap komunikasi berkaitan dengan perencanaan bagaimana berkomunikasi dan apa berkomunikasi untuk menciptakan kesan yang efektif untuk mempengaruhi pihak-pihak

Jabbar, dkk, (2022) berpendapat bahwa perencanaan berfungsi untuk mengatur dan menilai jalannya kegiatan, karena rencana bertindak sebagai panduan pelaksanaan. Oleh karena itu, perencanaan merupakan tahap krusial dalam melaksanakan sebuah kegiatan, termasuk dalam industri penyiaran radio yang membutuhkan persiapan yang sangat detail. Hal ini dikarenakan perencanaan harus didasarkan pada data dan fakta yang lengkap, dan perencanaan yang baik memiliki dampak yang signifikan dan besar bagi industri penyiaran radio.

Lebih lanjut, Miil (2012) dalam Zainuddin (2019) berpandangan bahwa strategi *content planning* penting untuk mengevaluasi dan merekomendasikan rencana konten untuk membangun solusi digital. Proses penentuan konten penting dilakukan, sebab membuat konten itu menantang dan menghabiskan waktu, begitu juga dalam mengelola proses pembuatan konten yang memerlukan *skill* editing, dan lain-lain. Sebagai bagian dari rapat redaksi, Feisal mengaku bahwa rapat redaksi memang sangat penting supaya tim nya bisa mengevaluasi, merencanakan, dan mengkonsep apa yang dilakukan kedepannya.

Rapat perencanaan ialah membahas atau menyusun perencanaan untuk proses peliputan kepada jurnalis lapangan, baik berita yang di follow up atau kasus yang sedang terjadi atau isu yang harus dipastikan kebenarannya (Sambo M. dan Yusuf J., 2017 : 86). Melalui proses perencanaan, kita bisa mengukur,

memperkirakan dan mengantisipasi segala kemungkinan yang dapat muncul sebagai akibat dari implementasi rencana yang telah dibuatnya.

Dilihat dari kacamata penulis mengenai pra produksi konten di TikTok @prfmnews, pola kerja jurnalis yang dilakukan di PRFM ialah rapat redaksi. Rapat Redaksi memerlukan persiapan yang matang sebelum pelaku media terjun ke lapangan atau melakukan proses produksi konten berita di *platform* digital. Hal ini dilihat dari proses rapat redaksi yang memerlukan dua tahap, yakni rapat redaksi besar (melibatkan seluruh kru), serta rapat redaksi kecil (tim media sosial). Dengan begitu, PRFM sangat memperhatikan persiapan menuju proses produksi (pra produksi).

Pola kerja jurnalis digital di akun TikTok @ prfmnews dalam produksi konten

Tahap terpenting dalam pola kerja jurnalis ialah produksi konten atau membuat konten. Tahap produksi konten dalam pola kerja jurnalis merupakan langkah krusial setelah perencanaan dan penentuan tujuan dilakukan. Menurut Faisal, proses produksi konten diproduksi mandiri oleh tim media sosial. Adapun Pola kerja yang di akun TikTok sendiri, tahapannya meliputi : (1) pencarian sumber data, (2) verifikasi data, (3) penulisan naskah dan caption, (4) live streaming TikTok, (5) editing, dan (6) publikasi.

Pertama, pencarian sumber data yang dilakukan oleh PRFM diperoleh dari 3 sumber, yakni citizen journalism, pencarian data online, dan juga liputan di lapangan. Sebagaimana telah dijelaskan di tahap sebelumnya, PRFM menampung berbagai aspirasi dan juga karya masyarakat. Hal ini karena tagline Radio PRFM sendiri, yakni “Andalah Reporter Kami”. Maka produk unggulan dari PRFM ini pun ialah jurnalis warga atau *citizen journalism* (CJ). Penerimaan informasi ataupun laporan dari masyarakat menjadi titik awal proses produksi konten.

Pemanfaatan CJ dipandang memberikan banyak manfaat karena menjadikan PRFM lebih dekat dengan masyarakat, sehingga masyarakat bisa berbagi informasi terkini melalui *platform* yang bisa diakses. Hal tersebut selaras dengan pengakuan Iqbal, bahwa untuk memastikan konten itu relevan dan kompetitif, PRFM menjadikan jurnalisme warga untuk pemberi informasi (Wawancara dengan Iqbal Pratama Putra, 24/05/2024).

Dengan teknologi digital dan platform media sosial, setiap individu memiliki potensi untuk menjadi kontributor berita. Menurut Marwantika A. dan Prabowo G. (2023: iv), fenomena *Citizen Journalism* (CJ) dalam pemanfaatan sebagai pemberi informasi menjadikan perubahan paradigma jurnalisme profesional dan konvensional karena praktik jurnalisme warga secara dramatis mengubah peran jurnalisme, rutinitas, norma, dan nilai-nilai.

Selanjutnya pencarian data online. Konten digital telah membuat

tersebut menjadi pembeda antara media sosial PRFM dengan lainnya yang mungkin ada formasinya yang belum lengkap (Wawancara dengan Rizky Perdana, 24/05/2024)

Oleh karena itu PRFM selalu menanyakan terlebih dahulu dan melakukan proses verifikasi data dengan melakukan wawancara via *daring* dengan pihak terkait. Jika informasi sudah sangat jelas, maka tim redaksi bisa memproses berita tersebut. Menurut pandangan Deuze (2017) dalam Anshari (2019), dalam konteks jurnalisme digital, media sosial dapat berperan dalam pengumpulan dan verifikasi informasi.

Menurut Ishwara (2011) dalam Arifina, dkk, (2021), wartawan mulai memilih peristiwa di sekitar mereka yang memiliki potensi bernilai untuk dijadikan berita. Dalam tahap ini biasanya wartawan mempertimbangkan nilai berita di setiap peristiwa. Nilai berita menjadi ukuran yang berguna dan biasa diterapkan untuk menentukan layak berita (*newsworthy*)

Kemudian, Kovach dan Rosenstiel (2014) dalam Kristina dan Setiawan (2021), menyebutkan bahwa disiplin verifikasi merupakan bagian terpenting dalam elemen jurnalisme. Ini adalah kunci untuk menghasilkan karya berkualitas dalam jurnalisme. Disiplin verifikasi menjadi aspek utama dalam menegaskan fakta-fakta yang disajikan.

Ketiga, penulisan naskah dan caption. Dalam konteks pembuatan konten, terutama yang melibatkan kejadian aktual atau berita, penting untuk memasukkan unsur jurnalistik untuk menjaga keakuratan dan integritas informasi. Hal ini sejalan dengan perkataan Feisal Tri bahwa dalam jurnalistik kita harus tetap memasukkan unsur jurnalistik seperti 5W + 1H dan sebagainya itu harus ada di video di konten, ataupun di caption yang kita gunakan (Wawancara dengan Feisal Tri S. 22/05/2024)

Selain itu, kemampuan menulis dan mengedit skrip berita/informasi harusnya menjadi keahlian dasar yang harus dipegang oleh para jurnalis. Sebab hal tersebut menjadi salah satu keahlian yang penting bagi jurnalis digital, sebagaimana telah disebutkan dalam '*Advancing Story*' (Dewi, 2020)

Idealnya, berita yang disebarluaskan memakai konsep 5W + 1H (*What, Why, Who, Where, When, dan How*). Seiring perubahan perubahan model dan pola jurnalisme, kini ada prinsip 6W + 1H. Penambahan pada *What Next* (Apa Selanjutnya) pada prinsip W yang keenam. Adapun konsep 6W + 1H ini muncul seiring bergulirnya media daring yang mengejar kecepatan penayangan suatu kejadian (Iskandar, 2022)

Peneliti memandang bahwa PRFM telah menerapkan unsur jurnalistiknya dalam produksi kontennya, entah itu yang terdapat dalam foto atau video maupun dilengkapi lagi dengan yang ada di caption. Kemudian dalam menjaga dan mengelola konten, PRFM juga menjaga etika jurnalistik seperti menyebutkan nama korban atau alamat lengkap korban yang disamakan. Hal

tersebut membantu menghormati privasi individu yang terlibat dalam kejadian tersebut serta menjaga integritas dan keakuratan informasi yang disampaikan.

Keempat, Live Streaming di TikTok. Dalam memaksimalkan pemanfaatan media sosial TikTok, PRFM juga aktif menggunakan fitur live streaming untuk memudahkan para audiensnya serta menambah jangkauan.

Fenomena *Live Streaming* menjadi hal baru yang harus dipelajari kembali oleh penyiar radio, yang mana pada umumnya penyiar hanya berinteraksi melalui jalur udara, kini harus membagi fokusnya untuk bisa interaktif juga dilayar kaca. Hal ini sesuai dengan perkataan Faisal bahwa perlu pengadaptasian untuk mempertahankan bahwa media radio itu tetap ada.



Sumber : <https://www.tiktok.com/@prfmnews> diakses 8/06/2024, pukul 20.00 WIB

Gambar 3. Live Streaming di TikTok @prfmnews

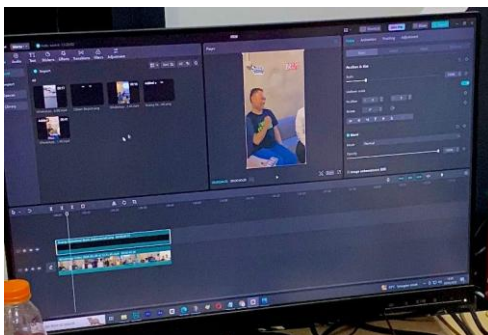
Gambar diatas merupakan gambaran ketika penyiar melakukan *live streaming* di media sosial TikTok. Pada saat live streaming tersebut berlangsung, penyiar di studio sedang menerima laporan dari reporter lapangan via telepon yang dihubungkan dengan siaran radio dan didengarkan juga oleh audiens di TikTok. Kemudian, ada saatnya juga reporter memberikan tanggapan kepada pendengar di radio dan juga pendengar di TikTok. Sehingga, untuk komunikasi terjalin dari berbagai arah.

Menurut Faradiba dan Syarifudin (2021), live streaming mengacu pada proses menyiarkan media yang dibuat pada saat itu juga (*realtime*) seperti konten video dan audio ke audiens yang diakses melalui jaringan internet. Menurut pandangan Deuze (2017) dalam Anshari (2019), dalam konteks jurnalisme digital, penggabungan berbagai saluran atau platform merupakan bagian dari

Aktivitas live streaming menjadi bagian dari pola kerja baru dari proses konvergensi media. Menurut Quinn (2002) dalam Amal (2022), konvergensi menghasilkan perubahan ekstensif pada organisasi kerja dan strategi ekonomi. Proses konvergensi ini telah memperluas kolaborasi antara ruang redaksi dan departemen organisasi media lainnya.

Kelima, editing yang melibatkan beberapa langkah untuk menyusun dan menyempurnakan materi visual. Dalam tahap ini, PRFM selalu menggunakan klip atau *footage* yang sesuai dengan tema dan pesan yang ingin disampaikan. Sehingga, jika semua bahan sudah masuk, seperti foto, klip video, narasi atau alur cerita, maka prosesnya bisa dilanjutkan ke tahap editing.

Proses editing video menjadi tahap penting dalam menyempurnakan konten sebelum dipublikasikan. Teknik pengeditan khusus untuk gambar atau video yang bersifat sensitif dan bisa melanggar aturan TikTok menjadi hal penting yang harus diperhatikan. Menurut Faisal, Jika terdapat gambar yang sensitif, seperti kecelakaan, dan lain-lain, tim editing pasti membuat teknik bluring untuk pengeditan gambar seperti itu.



Sumber: Dokumentasi hasil observasi 29/05/2024

Gambar 4. Proses Editing

Oleh karena itu, peran editing ini sesuai dengan peran jurnalisme sebagai penuntun akal (*sense maker*) yang dikemukakan oleh Kovach dan Rosentiel dalam Iskandar (2022), karena melibatkan kemampuan untuk menyusun narasi yang baik, mengedit konten, dan menyajikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dicerna. Kemudian, (Dewi, 2020) memaparkan bahwa jurnalis digital juga harus memiliki beragam keahlian yang melampaui dari sekadar menulis. Mereka juga perlu menguasai pengolahan foto/video.

Keenam, publikasi di mana konten yang telah selesai diproduksi oleh tim media sosial PRFM akan dipublikasikan atau disebar. Menurut Feisal, proposisi publikasi lebih banyak lebih banyak zaman sekarang (Wawancara dengan Feisal Tri S. 22/05/2024). Dalam konteks digitalisasi, publikasi menjadi

hal yang sangat mudah dilakukan di era sekarang ini. Tentu hal ini membawa dampak yang signifikan terhadap dunia jurnanisme dan praktik-praktik berita.

Menurut Santoso, P dan Sinaga, C.N. (2023), digitalisasi penyiaran memberikan manfaat besar bagi industri, lembaga televisi, dan radio. Ini secara signifikan meningkatkan efisiensi, khususnya ketika menyangkut proses pengumpulan dan pengiriman konten.

Karakteristik media sosial memungkinkan para jurnalis untuk mencapai khalayak yang lebih luas dengan cepat dan efisien. Menurut Iskandar (2022), jurnanisme berorientasi kepada ketepatan, sedangkan sosial media berorientasi pada kecepatan. Namun, Rizky berpendapat bahwa sebelum mencapai kecepatan kita harus ada ketepatan dulu. Di media sosial kita memang ditekankan harus menyebarkan informasi dengan cepat. Tapi sebelum kita secepat dalam menyebarkan berita itu kita harus tepat dulu (Wawancara dengan Rizky Perdana, 24/05/2024)

Pernyataan tersebut sejalan dengan teori *immediacy* (kecepatan) yang merupakan salah satu karakteristik jurnanisme digital. Menurut Dewi (2020), jurnanisme digital menawarkan kecepatan yang luar biasa dalam menyampaikan berita kepada audiens. Setiap kali sebuah berita diposting, itu langsung dapat diakses dan dibaca oleh audiens dari seluruh dunia. Proses ini jauh lebih cepat daripada media konvensional yang memerlukan pencetakan dan distribusi fisik seperti koran.

Pola kerja jurnalis digital di akun TikTok @ prfmnews pasca produksi konten

Setelah proses produksi yang panjang, tahap pasca-produksi sangat penting dalam menjaga dan meningkatkan kualitas serta interaksi dengan audiens. Di Akun TikTok @prfmnews, terdapat dua proses yang biasanya dilakukan dalam tahap pasca produksi, yakni interaksi dan evaluasi.

Pertama, interaksi dengan pengguna membangun hubungan yang kuat dengan audiens, melalui respons terhadap komentar dan umpan balik pengguna serta partisipasi aktif dalam diskusi. Tim @prfmnews berfokus pada interaksi dengan pengguna, menjaga keterlibatan yang kuat dengan audiens. Hal ini melibatkan merespons komentar, pertanyaan, atau umpan balik dari pengguna, serta berpartisipasi dalam diskusi atau tantangan yang berkaitan dengan konten mereka.

Sebagai siaran interaktif dan layanan publik, PRFM sangat memperhatikan pelayanan interaksi di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara, hampir 2000 pesan masuk melalui platform media sosial PRFM, mulai dari *Direct Message* (DM), *mention*, chat *WhatsApp*, hingga komentar. Namun, tim media sosial dapat menangani semuanya. Cara yang digunakannya

adalah membagi dua tim media sosial, sebagian mengurus interaksi dan sebagian lain mengurus konten. Bahkan menurut pengakuan Faisal, interaksi publik menjadi andalan bagi PRFM sendiri.

Media massa merupakan alat penyampai pesan yang dapat memfasilitasi proses transformasi (Santoso, 2021). Selain itu, dilihat dari gambaran secara umum, Rizky Perdana memaparkan bahwa umpan balik yang diterima ialah banyaknya warga yang menaruh harapan untuk bisa terus kebersamaan warga dan memberikan solusi untuk permasalahan-permasalahan seputar pelayanan publik.

“Kalau melihat respon secara kasar, secara umum, banyak memang berharap si PRFM ini terus bersama warga intinya. Menerima keluhan-keluhan warga itu terus dilakukan, karna kalau yang dirasain sekarang oleh warga gitu, ngelihat apa yang dikomen oleh warga, karna warga di bandung aja khususnya, mereka ini kebingungan untuk ngelaporin masalah-masalah yang ada di kota bandung ini kemana.” (Wawancara dengan Rizky Perdana, 24/05/2024)

Dengan adanya umpan balik dan pelayanan bagus dari PRFM, itu sendiri menjadikan sebuah acuan dalam melaksanakan perencanaan di masa mendatang. Seperti yang pernyataan diatas, hal tersebut menjadi poin yang bisa PRFM pegang teguh dan menjadi kekuatan bagi PRFM sendiri dalam menentukan agenda-agenda berikutnya. Dengan demikian, umpan balik memainkan peran penting dalam memastikan keberhasilan dan keberlanjutan komunikasi yang efektif.

Interaktif merupakan salah satu karakteristik media baru seperti yang dikatakan oleh McQuail dalam Rapijansani (2020) yang mengidentifikasikan lima kategori utama media baru, diantaranya : media komunikasi antar pribadi, media permainan interaktif, media pencarian informasi, media partisipasi kolektif, dan substitusi media penyiaran.

Menurut Hadi (2020), radio itu ibarat ruang terbuka yang tidak pernah sepi aktivitas. Sehingga, pelayanan interaksi ataupun umpan balik dari khalayak menjadi peran penting yang terdapat di PRFM. Meski melayani interaksi menjadi pekerjaan yang dinilai mudah. Tetaplah memerlukan skill untuk banyaknya interaksi yang masuk. Pasalnya, interaksi yang diterima oleh PRFM bisa menembus ribuan menjadi fenomena baru yang dihasilkan dari penggunaan banyaknya platform di media sosial.

Menurut penelitian Malik dan Shapiro (2017) dalam Anshari (2019), ciri khas jurnalisme digital terlihat dalam beberapa pola, termasuk interaksi yang aktif, kerjasama antara wartawan dan penulis, penggabungan publikasi sebagai hasil dari penggunaan multimedia, pengaruh yang lebih besar dari penyebaran konten yang meluas, dan jangkauan yang lebih luas secara global karena

keterhubungan dengan internet.

Interaksi ini tidak hanya menunjukkan tingkat keterlibatan audiens, tetapi juga memberikan wawasan berharga tentang bagaimana konten diterima dan dipahami oleh audiens. Apakah pesan yang disampaikan jelas, relevan, dan memicu respon positif? Apakah konten tersebut berhasil membangun hubungan yang lebih dekat antara penyampai pesan dan audiens?

Kedua, evaluasi hasil konten. Tim di balik akun @prfmnews melakukan evaluasi terhadap hasil konten yang telah dipublikasikan. Ini melibatkan analisis *insight* dari postingan, seperti jumlah tayangan, interaksi (misalnya komentar dan *like*), dan pertumbuhan jumlah pengikut. Evaluasi ini membantu mereka untuk memahami kinerja konten yang telah diproduksi, mengetahui apa yang berhasil dan apa yang perlu ditingkatkan di masa mendatang.

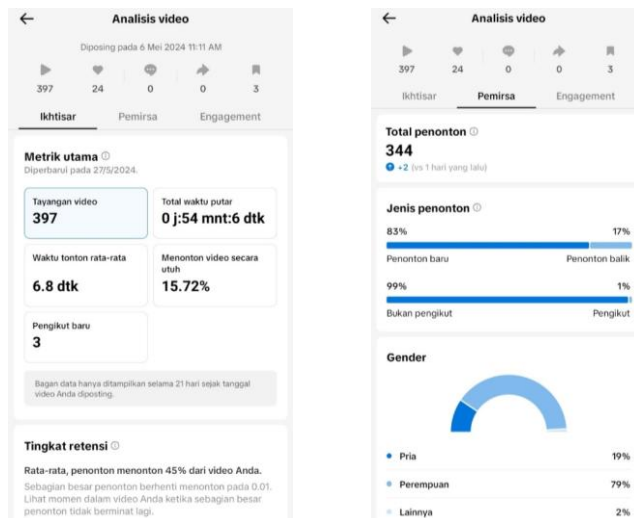
Dari hasil temuan wawancara, PRFM mempunyai jadwal evaluasi yang dilakukan setiap hari Senin bersamaan dengan proses perencanaan konten. Dalam teknik mengevaluasi konten sendiri tim media sosial secara mendasar akan melihat *insight* dari sebuah konten. Namun, untuk lebih lengkapnya hal itu menjadi rahasia bagi tim PRFM.

Menurut Faisal, yang menjadi acuan evaluasi konten adalah seberapa banyak jangkauan dan keberhasilan konten sehingga menjadi FYP (*For Your Page*) atau menjadi *viral*. Jika dilihat sebuah konten memiliki *like*, komen, dan *share* yang banyak, maka itu akan dievaluasi apakah akan memperbanyak konten yang serupa? (Wawancara dengan Feisal Tri S. 22/05/2024).

Hasil dari postingan di TikTok dapat dijadikan sebagai salah satu tolak ukur keberhasilan konten yang telah di produksi oleh tim media sosial PRFM. Hasil tersebut dapat dilihat dari *insight* yang didapatkan setelah konten telah diunggah. Menurut Fink dalam Viastiana, dkk, (2021) mengatakan, evaluasi diperlukan untuk melihat hasil kerja dan berita yang disajikan apakah sudah mencukupi kebutuhan dan sesuai atau belum.

Evaluasi konten merupakan langkah akhir dalam mengupayakan keberhasilan sebuah konten. Diperlukan analisis dan data-data tertentu untuk mengukur keberhasilannya. Menurut Muhaemin (2012) dalam Viastiana, dkk, (2021) menjelaskan tahapan kedua evaluasi pasca liputan adalah mengevaluasi tingkat keberhasilan, kemendalaman berita, akurasi data dan fakta, sampai dengan otoritas dan kredibilitas narasumber.

Menurut Joe & Knight dalam Zainuddin (2019: 11), *insight* dibagi menjadi 3 macam, diantaranya : (i) *Discovery* yang merujuk pada jumlah akun yang telah melihat postingan, termasuk yang tidak mengikuti akun. (ii) *Reach* jumlah jangkauan pengguna unik yang telah melihat pos Anda. (iii) *Impressions* adalah seberapa sering postingan dilihat. Sebagai gambaran, berikut adalah beberapa contoh *insight* yang penulis *screenshot* dari akun TikTok penulis.



Sumber : Akun TikTok Peneliti, diakses pada 3/06/2024 pukul 06.15 WIB

Gambar 5 dan 6. Proses Verifikasi Data atau Wawancara dengan CJ

Gambar diambil dari akun sendiri karena untuk informasi mengenai *insight* dari akun @prfmnews sendiri merupakan privasi bagi PRFM. Dengan adanya fitur analisis video dari setiap konten yang sudah dibuat, @prfmnews bisa mengetahui perkembangan akunnya. Menganalisis TikTok juga menjadi peran baru bagi jurnalis di era digital sekarang, sebab ini juga penting untuk bisa meningkatkan *engagement* di TikTok. Pemeriksaan data TikTok memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana video @prfmnews diterima oleh penonton. Sehingga, memahami data inilah @prfmnews dapat mengembangkan strategi konten yang lebih efisien dan menarik bagi penonton.

Analisis TikTok mencakup sejumlah metrik, seperti jumlah penayangan, durasi tonton, tingkat interaksi (seperti suka, komentar, dan berbagi), serta demografi penonton. Dengan meninjau metrik ini, @prfmnews dapat mengenali tren dan pola dalam konten yang Anda hasilkan.

Lebih lanjut, analisis TikTok juga dapat membantu @prfmnews untuk mengenali konten yang paling sukses dalam menarik perhatian penonton baru. Dengan memahami jenis konten yang diminati oleh penonton, @prfmnews dapat mengoptimalkan strategi konten untuk mencapai tujuan spesifik, seperti meningkatkan label PRFM sebagai Radio Lokal di Kota Bandung.

Dengan melakukan evaluasi hasil konten dan berinteraksi secara aktif dengan pengguna, @prfmnews dapat terus meningkatkan kualitas konten mereka, serta memperkuat hubungan dengan audiensnya di platform TikTok.

PENUTUP

Berdasarkan proses penggalian data yang telah peneliti cantumkan di pembahasan dan juga hasil, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan terdapat peran-peran baru yang muncul dalam penelitian mengenai studi deskriptif transformasi jurnalis digital di Akun TikTok @prfmnews. Hal ini dapat dipahami melalui analisis tiga topik utama yang dapat diidentifikasi, yakni sebagai berikut.

Pertama, dalam tahap pra-produksi, jurnalis digital PRFM mempersiapkan kontennya dengan mengidentifikasi *trend*, memilih konten yang relevan, dan merencanakan strategi yang dilakukan dalam rapat dengan bersumber pada laporan warga, momen viral, dan kejadian penting. Pada tahap ini jurnalis dituntut harus *up-date* terdapat informasi dan juga peka dengan isu sekitar.

Kedua, dalam tahap produksi, lebih banyak peran baru yang dimainkan oleh jurnalis digital pada akun TikTok @prfmnews, diantaranya melakukan pencarian sumber data, verifikasi data, penulisan naskah dan caption, live streaming TikTok, editing, dan publikasi. Pada proses ini jurnalis digital PRFM berperan sebagai gatekeeper dalam pencarian data dan verifikasi data yang bersumber dari *citizen journalism*. Dalam tahapan ini, jurnalis dituntut untuk bisa multitasking. Keterampilan menulis, mengedit, mempublikasikan sudah harus menjadi kemampuan dasar yang wajib dimiliki oleh jurnalis di era digital. hingga On Air pada siaran terrestrial sambil melakukan siaran di media sosial TikTok.

Ketiga, dalam tahap pasca produksi, jurnalis digital PRFM melakukan interaksi dan evaluasi hasil konten untuk meningkatkan kualitas dan relevansi informasi yang disampaikan. Dalam proses ini, jurnalis harus lincah dan interaktif dalam menanggapi interaksi pengguna. Kemudian, diperlukan analisis mendalam untuk mengukur keberhasilan konten TikTok. Hal tersebut dapat dilihat dari like, komen, share dan juga dapat diukur dengan reach dan engagement sebuah konten.

Meski dalam beberapa pola kerja dalam proses produksi konten sangat kompleks, dalam hal ini jurnalis digital di PRFM saling bahu membahu dan juga terus melakukan evaluasi serta pembelajaran bersama. Melalui pendekatan deskriptif, penelitian ini memperlihatkan bagaimana transformasi jurnalis digital, khususnya di PRFM dalam menggunakan platform TikTok. Adapun saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan kekayaan data, referensi yang lebih luas, penjabaran yang lebih mendalam, dan penarikan kesimpulan yang lebih komprehensif. Sebab, penelitian yang dilakukan oleh peneliti hanya sebatas menelusuri tentang pola kerja jurnalis meliputi pra produksi, produksi dan pasca produksi, dimana kajian mengenai hal ini merupakan hal baru dan masih banyak sekali sisi yang harus diteliti dan diobservasi.

Kemudian, tim media sosial @prfmnews memiliki kesempatan untuk terus meningkatkan kualitas konten digital di berbagai platform dengan memperhatikan serangkaian proses produksinya lebih teliti lagi agar bisa lebih bermanfaat dan tetap relevan dan kompetitif ditengah persaingan konten digital. Dengan terus memantau pertumbuhan setiap media sosial, tidak hanya terfokus pada TikTok, semoga PRFM bisa mewujudkan visi dan misinya dalam *multiplatform*. Selain itu, semoga tim media sosial @prfmnews serta seluruh kru PRFM bisa terus beradaptasi dan meningkatkan skill supaya tetap bertahan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Fandi, H. (2021). *Pengantar Jurnalistik*. Yogyakarta: Bildung.
- Amal. H. (2022), Media Convergence in Serambi Indonesia dalam *Communicatus : Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 6 (1).
- Arifina, A. S., Ikasari, P. N., & Pembayun, J. G. (2021). Pola kerja wartawan muda dan madya di era digital. *Al-Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 12(2), 140–154.
- Annur, C. M. (2024). *TikTok Masuk 5 Besar Daftar Media Sosial Terpopuler Dunia pada Awal 2024*, diakses 28 April 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/06/tiktok-masuk-5-besar-daftar-media-sosial-terpopuler-dunia-pada-awal-2024>
- Anshari, M. (2019). Jurnalisme digital: Dari pengumpulan informasi sampai penyebaran pesan. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(2), 76–87.
- Bramasto, I (2020). *Analisis Pengaruh Perubahan Pola Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan di Masa Covid-19*. Sarjana thesis : STIE Malangucewara Malang.
- Dewi, L. S. (2020). *Jurnalistik (Kemahiran Berbahasa Produktif)*. Medan: Guepedia.
- Falah, B.M.R.K, dkk. (2020). *Peran Jurnalis Industri 4.0*. Sukabumi: CV Jejak, anggota IKAPI.
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). Covid-19: Pengaruh promosi video live streaming dan electronic word of mouth terhadap pembelian. *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 1–12.
- Hadi, A. d. (2021). *Penelitian Kualitatif (Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi)*. Banyumas: Pena Persada Redaksi.
- Haryanto, I. (2014). *Jurnalisme Era Digital, Tantangan Industri Media Abad 21*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Husna, J. (2019). Peran pustakawan sebagai kreator digital. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 3(2), 140–150. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Iskandar, D., Suryawati, I., dan Liliyana. (2022). *Jurnalisme Dasar (Panduan Teori dan Praktik Jurnalisme di Era Perubahan)*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Jabbar, R. A., Sumadiria, H., & Ma'arif, A. (2022). Strategi adaptasi MGT Radio

- 101.1 FM dalam mempertahankan eksistensi di era digital. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 7(1), 1–15.
- Kawamoto, K. (2003). *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kristina, & Setiawan, B. (2021). Disiplin verifikasi dalam jurnalisme media online detikcom. *IPTEK-KOM: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, 23(1), 1–12.
- Lewy, R. (2009). Proses Produksi Program Acara Radio "Young and Professional" di Radio Heartline. *Universitas Indonesia Esa Unggul*. Liany, A., dkk (2016).
- Manap, A., Enjang, & Muslim, A. (2021). Penerapan five basic principles of citizen journalism pada media dalam jaringan. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 6(1), 1–12.
- Mandibergh, (2012), *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Marhamah, F. (2021). Jurnalisme di era digital. *JICOMS: Journal of Islamic Communication and Media Studies*, 4(1), 19–30.
- Marwantika, A.I. dan Prabowo, G.A. (2023). *Citizen Journalism : Teori, Praktik, dan Model Literasi*. Yogyakarta : Q-Media.
- Muliawanti, L. (2018). Jurnalisme era digital: Digitalisasi jurnalisme dan profesionalitas jurnalisme online. *Lentera: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 45–56.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurhidayah, F. (2022). *Kredibilitas Jurnalisme Media Sosial dalam Akun Instagram Resmi Opini.id*. Sarjana thesis: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Pardianti, M. S., & Valiant, V. (2022). Pengelolaan konten TikTok sebagai media informasi. *Jurnal Komunikasi*, 27(2), 150–162.
- Rahardjo, Turnomo. (2011). Isu-isu Teoritis Media Sosial. dalam Junaedi, Fajar Ed. *Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Rapjansani, A., Muhtadi, A. S., & Sumadiri, H. (2020). Karakteristik jurnalisme online ormas Islam. *Annaba: Jurnal Ilmu Komunikasi Jurnalistik*, 5(3), 200–210.
- Salsabilah, T. (2022). *Transformasi Radio PRFM dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi di Era Digital*. Skripsi. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Sambo, M dan Yusuf, J. (2017). *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*. Depok: Prenada Media.
- Santoso, P., & Sinaga, C. N. (2023). Online media reporting model encourages society to migrate to digital broadcasting. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 210–225.
- Santoso, P. (2021). Framing model of FPI news on MetroTV. *RISS Journal*,

- A.N. Azizah, C. Suryana, B. Faizin
2(3), 45–56.
- Subandijo. (2012). Pengaruh pola kerja dan motivasi kerja terhadap perwira pemelihara alutsista TNI Angkatan Udara. *Jurnal Mitra Manajemen*, 16(1), 12–13. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Sugiono, S. (2020). Industri konten digital dalam perspektif Society 5.0. *IPTEK-KOM: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 175–191.
- Tiara, R. (2013). *Proses Produksi Siaran Islamic Spirit di Radio Robbani Fm Pekanbaru*. UIN Suska Riau.
- Utami, Y. S., Jamilah, P., & Bagus, A. B. (2023). Communication strategy for Spald-T development via YouTube in Haurwangi Village, Cianjur. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 120–135.
- Viaastiana, Z., Rosyidi, I., & Darsono, D. (2021). Media sosial sebagai sarana penyebarluasan berita. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 6(3), 180–192.
- Wibawa, D. (2020). Wartawan dan netralitas media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 95–110.
- Zainuddin, A. (2019). Pengaruh content planning pada Instagram Story akun @Ini&Ituproject. Skripsi, Universitas Brawijaya, Malang