

Praktik jurnalisme data pada akun Tiktok @riaupos

Data journalism practice on TikTok @riaupos

Nilam Ayu Lestari¹ & Chelsy Yesicha^{2*}

^{1,2} Universitas Riau, Indonesia

*Penulis Korespondensi

Author's email:

²chelsy.yesicha@lecturer.unri.ac.id

Keywords:

Data journalism, media convergence, social media Tiktok

Kata kunci:

Jurnalisme data, konvergensi media, media sosial Tiktok

Abstract: This study aims to describe the data journalism practices on the TikTok account @riaupos and identify the challenges that arise in its implementation as a form of data journalism on social media in the era of media convergence. This study used a descriptive qualitative method with data collection techniques including interviews, documentation, and observation. The data obtained were analyzed using Paul Bradshaw's data journalism model and Henry Jenkins' media convergence theory. The research data was collected through observation and documentation of several short video uploads on the TikTok account @riaupos. The results show that the data journalism practices on the TikTok account @riaupos are implemented through data processing into short video content that combines visualization and narrative. Analysis of some of the content demonstrates the application of data journalism elements according to Paul Bradshaw. Challenges faced include difficulty in obtaining data, lengthy verification processes, and high workloads. Furthermore, the application of Henry Jenkins' media convergence theory is evident through multimedia integration, team collaboration, and cross-platform distribution.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan praktik jurnalisme data pada akun TikTok @riaupos serta mengidentifikasi tantangan yang muncul dalam penerapannya sebagai bentuk jurnalisme data di media sosial pada era konvergensi media. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, dan observasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model jurnalisme data dari Paul Bradshaw serta teori konvergensi media dari Henry Jenkins. Data penelitian dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi terhadap beberapa unggahan video pendek pada akun TikTok @riaupos. Hasil penelitian menunjukkan praktik jurnalisme data pada akun TikTok @riaupos diterapkan melalui pengolahan data menjadi konten video pendek yang memadukan visualisasi dan narasi. Analisis terhadap beberapa konten menunjukkan penerapan elemen jurnalisme data Paul Bradshaw. Tantangan yang dihadapi kesulitan memperoleh data, proses verifikasi yang lama, beban kerja tinggi. Selain itu, penerapan teori konvergensi media Henry Jenkins terlihat melalui integrasi multimedia, kolaborasi tim, dan distribusi lintas platform.

PENDAHULUAN

Perkembangan platform digital seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi. Media sosial tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai saluran penyebaran berita dan pengetahuan publik (Suri, 2019).

Perubahan ini sejalan dengan konsep konvergensi media yang dijelaskan Jenkins (Mujiati, 2022) di mana integrasi media cetak, elektronik, dan digital menciptakan ekosistem baru yang saling terhubung. Konvergensi media mendorong media massa untuk menyesuaikan proses produksi dan distribusi berita dengan perilaku audiens yang semakin bergeser ke platform digital. Masyarakat kini mengonsumsi informasi dari berbagai sumber secara bersamaan dan tidak lagi bergantung pada media konvensional (Mardhiyyah, 2023; Tarmawan & Fadillah, 2024). Situasi tersebut menuntut media untuk hadir di berbagai platform, termasuk TikTok, sebagai upaya menjaga relevansi dan menjangkau audiens yang lebih luas.

TikTok muncul sebagai platform yang paling cepat berkembang di Indonesia, dengan jumlah pengguna mencapai sekitar 156,7 juta orang (Statista, 2025). Bahkan, persentase pengguna TikTok yang mengakses berita mencapai 23%, melewati konsumsi berita pada situs berita tradisional (Rohmatuszakiah & Yahya, 2026). Namun, pesatnya arus informasi di media sosial juga meningkatkan risiko penyebaran hoaks. Meski demikian, tingkat kepercayaan publik terhadap akun media massa di platform digital masih relatif tinggi (AJI, 2024), sehingga media memiliki peluang besar untuk menghadirkan informasi berbasis fakta. Kondisi tersebut memperkuat pentingnya penerapan jurnalisme data.

Jurnalisme data dipandang sebagai pendekatan inovatif yang mampu meningkatkan kualitas pemberitaan di tengah derasnya arus informasi sekaligus menegaskan pentingnya konten berkualitas bagi media untuk tidak hanya menyampaikan berita, tetapi juga memberikan makna yang lebih mendalam terhadap setiap peristiwa (Jafaruddin & Zahari, 2024). Model ini menekankan penggunaan data dan analisis berbasis fakta untuk menghasilkan berita yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Praktik jurnalisme data itu sendiri telah lama berkembang di dunia (Bradshaw, 2024).

Di sisi lain, konten berita kini semakin didominasi oleh format video karena kemampuannya menyampaikan informasi secara cepat, jelas, dan menarik dibandingkan teks atau gambar statis. Jannah et al. (2023) mengemukakan bahwa video pendek berperan signifikan sebagai medium penyampaian berita, khususnya bagi audiens muda yang cenderung mengonsumsi informasi secara cepat dan berbasis visual. Ini menjelaskan mengapa jurnalisme data perlu dihadirkan dalam format video pendek di TikTok agar informasi berbasis data tetap relevan, mudah dipahami, dan mampu menjangkau khalayak yang lebih luas.

Secara global, kajian mengenai jurnalisme data telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam praktik jurnalistik (Borges-rey, 2016; Fink et al., 2015; Porlezza & Splendore, 2019). Jurnalisme data banyak dibahas dalam transformasi media, penggunaan big data, serta kolaborasi investigatif lintas negara, seperti yang terlihat dalam proyek-proyek besar seperti Panama Papers dan War Logs (lihat, misalnya, Carson & Farhall, 2018). Perkembangan ini menunjukkan bahwa jurnalisme data tidak hanya menjadi metode peliputan, tetapi juga bagian dari

inovasi dalam produksi berita berbasis data dan visualisasi informasi

Di berbagai negara, jurnalisme data telah menjadi bagian penting dalam ruang redaksi media digital, terutama sejak meningkatnya penggunaan internet dan media sosial. Media internasional seperti *The Guardian*, *The New York Times*, dan *The Washington Post* telah mengembangkan unit khusus jurnalisme data yang berfokus pada analisis, visualisasi, dan penyajian berita berbasis data untuk memperkuat kualitas informasi publik.

Sementara itu, di Indonesia, perkembangan jurnalisme data mulai terlihat sejak media daring berkembang pada awal 2010-an. Beberapa media seperti Tirto.id, Katadata, dan Beritagar menjadi pionir dalam penerapan jurnalisme berbasis data, terutama dalam bentuk visualisasi dan analisis isu-isu sosial serta ekonomi. Penerapannya di Indonesia semakin menguat setelah kasus *Panama Papers* pada 2016 yang memicu banyak media nasional mulai memanfaatkan data dalam liputannya (Danayanti et al., 2024). Namun, dari berbagai kajian praktik jurnalisme data di Indonesia, masih berada pada tahap perkembangan dan belum sepenuhnya menjadi arus utama dalam industri media media (Badri, 2017).

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial, tren jurnalisme data juga mulai bergeser ke platform digital yang lebih interaktif seperti Instagram, YouTube, dan TikTok (Kuyucu, 2020; Martín-García et al., 2022; Suryaputri & Rizki, 2022). Perubahan ini menunjukkan adanya perluasan ruang distribusi informasi, di mana jurnalisme data tidak hanya hadir dalam bentuk artikel panjang di situs berita, tetapi juga dalam format visual yang lebih ringkas dan mudah diakses oleh audiens muda.

Di tingkat daerah, penerapan jurnalisme data masih terbatas. Riau,

misalnya, belum memiliki banyak penelitian mengenai praktik jurnalisme data pada media lokal, terutama yang berbasis video pendek. Dari praobservasi terhadap empat akun TikTok media lokal di Riau, *Riau Pos* menempati posisi tertinggi dalam jumlah pengikut dan paling aktif menghasilkan konten berbasis data. Dengan lebih dari 920 ribu pengikut, akun TikTok @riaupos menjadi menarik untuk diteliti karena menampilkan kombinasi data, visualisasi sederhana, dan narasi yang disesuaikan dengan karakteristik pengguna TikTok.

Konten yang disajikan @riaupos menunjukkan upaya integrasi antara praktik jurnalisme data dengan format video pendek yang mengutamakan visual, kecepatan, dan keterhubungan dengan isu lokal. Dalam perkembangan kajian akademik, tren riset jurnalisme data selama ini lebih banyak berfokus pada konteks media cetak dan daring konvensional, seperti penggunaan visualisasi data dalam portal berita daring serta integrasi *data journalism* di ruang redaksi media arus utama (Fajarlie & Monggilo, 2023; Widodo, 2025). Sementara itu, kajian yang secara spesifik mengeksplorasi jurnalisme data pada platform media sosial berbasis video pendek seperti TikTok masih sangat terbatas, bahkan di tingkat global sekalipun. Di level lokal, penelitian Annafi (2023) mengkaji jurnalisme data di ruang redaksi *Riau Pos* baru menyentuh dimensi produksi internal dan belum menjangkau aspek penerapannya di platform media sosial. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana media lokal seperti *Riau Pos* mengolah data, menyajikannya secara visual dalam format video pendek, serta tantangan apa yang dihadapi dalam mengadaptasi praktik jurnalisme data ke ekosistem TikTok. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesenjangan antara perkembangan

jurnalisme data di tingkat global yang sudah mapan dengan kondisi di Indonesia yang masih dalam tahap adaptasi. Hal ini menunjukkan pentingnya penelitian lebih lanjut untuk melihat bagaimana jurnalisme data diterapkan dalam konteks media sosial di Indonesia, khususnya dalam menjawab kebutuhan audiens digital yang semakin dinamis.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan praktik jurnalisme data pada akun TikTok @riaupos, meliputi proses kerja, penyajian data, serta strategi adaptasi konten di platform digital. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman mengenai bagaimana media lokal beradaptasi di era konvergensi media serta menawarkan gambaran baru mengenai penerapan jurnalisme data di ruang digital.

KERANGKA TEORI

Jurnalisme Data

Jurnalisme data adalah praktik jurnalistik yang menggunakan data terstruktur untuk menghasilkan berita berbasis bukti. Fokusnya pada penggunaan data terstruktur untuk menghasilkan berita dengan menggabungkan analisis data dengan keterampilan pelaporan jurnalistik untuk mengungkapkan informasi yang relevan. Sering kali cara yang digunakan lebih terperinci dan berbasis bukti dibandingkan dengan pendekatan jurnalisme tradisional. Walaupun sering dianggap teknis atau matematis, jurnalisme data sebenarnya sangat beragam dan bisa ditemukan dalam berbagai bentuk dan topik (Bradshaw, 2024).

Memasuki awal 2000-an, jurnalisme berbasis data mulai berkembang dan digunakan secara lebih luas. Puncaknya pada 2009 ketika *The Guardian* mengolah dan memvisualisasikan data pengeluaran anggota

parlemen Inggris sebagai bentuk transparansi publik.

Pada 2010, praktik ini semakin menguat melalui proyek *War Logs* oleh *The Guardian* yang mempublikasikan dokumen perang Afghanistan dari *WikiLeaks*. Hingga 2014, jurnalisme data berkembang pesat di media daring, diterapkan oleh platform seperti *FiveThirtyEight*, *Vox*, dan *ProPublica* (Yuniarto, 2022).

Menurut Bradshaw (2024), berita besar seperti pengungkapan pengeluaran parlemen Inggris (2009), kebocoran data *WikiLeaks*, hingga *Panama Papers* merupakan contoh jurnalisme data, di mana data digunakan untuk mengungkap informasi tersembunyi melalui analisis mendalam. Namun, jurnalisme data tidak hanya bersifat investigatif, tetapi juga digunakan dalam berita ringan sehari-hari. Laporan seperti tren nama populer atau tempat makan favorit juga termasuk jurnalisme data. Bahkan jurnalis hiburan dan mode memanfaatkan data untuk membaca tren dan memprediksi perkembangan.

Dalam bukunya *The Online Journalism Handbook*, Bradshaw juga menjelaskan proses jurnalisme data meliputi; *compile* (mengumpulkan), *clean* (memverifikasi), *context* (menganalisis), dan *combine* (menggabungkan data). Penyajiannya dapat berupa visualisasi, narasi, serta interaksi melalui media sosial agar lebih mudah dipahami dan relevan.

Kehadiran data dalam karya jurnalistik menjadi salah satu bentuk upaya untuk menangkal penyebaran hoaks, karena penggunaan data memungkinkan tingkat validitas informasi yang disajikan oleh media massa dapat diuji secara lebih objektif. Jurnalisme data sendiri merupakan suatu bentuk jurnalisme yang lahir dari perpaduan berbagai disiplin ilmu, seperti jurnalisme, statistik, desain grafis, dan ilmu komputer. Inovasi ini mulai banyak diadopsi oleh

media daring internasional sejak sekitar 2010 dan kemudian turut diterapkan oleh sejumlah media daring di Indonesia (Gelgel, 2017; Newman & Cherubini, 2025).

Menurut Aunul (2024), jurnalisme data penting karena mampu mengumpulkan, menyaring, dan memvisualisasikan informasi yang tidak kasat mata sehingga meningkatkan kualitas berita. Namun, sejumlah ahli mengkritik bahwa kebaruan jurnalisme data tidak terlalu signifikan, kecuali pada aspek visualisasi.

Sebagian pakar menilai bahwa ciri utama jurnalisme data terletak pada posisi data sebagai inti cerita. Meski demikian, dalam praktiknya data tidak selalu menjadi fokus utama, melainkan sering hanya berfungsi sebagai pelengkap untuk memperkuat narasi berita.

Jurnalisme digital

Jurnalisme digital merupakan praktik jurnalistik yang memanfaatkan platform berbasis teknologi, seperti website, media sosial, dan aplikasi seluler, dalam proses produksi, distribusi, serta konsumsi informasi. Berbeda dengan jurnalisme konvensional yang terbatas pada media cetak dan penyiaran, jurnalisme digital memungkinkan penyajian berita secara cepat, real-time, dan interaktif (Ciputra, 2024).

Perkembangan jurnalisme digital merupakan hasil integrasi antara praktik jurnalistik tradisional dan inovasi teknologi modern. Digitalisasi memungkinkan perubahan informasi dari bentuk analog ke digital, sehingga berbagai jenis media dapat disatukan dalam satu platform dan melahirkan konvergensi media (Ashari, 2019). Jurnalisme digital mencakup seluruh aktivitas jurnalistik yang memanfaatkan teknologi digital, tidak hanya berbasis internet, tetapi juga mencakup televisi dan radio digital. Hal ini menunjukkan bahwa jurnalisme digital

memiliki cakupan luas, terutama dalam proses produksi dan distribusi informasi. Selain itu, jurnalisme digital memiliki karakteristik utama berupa interaktivitas yang tinggi antara media dan audiens. Dalam prosesnya, terjadi kolaborasi yang lebih terbuka antara jurnalis dan pihak lain dalam produksi berita. Jurnalisme digital juga ditandai oleh integrasi berbagai bentuk media dalam satu platform publikasi sebagai hasil dari pemanfaatan teknologi multimedia. Kondisi ini membuat penyajian informasi menjadi lebih dinamis dan variatif (Fauzi et al., 2023; Suciati & Fauziah, 2020).

Karakteristik lainnya adalah kemampuan jurnalisme digital dalam memperluas jangkauan penyebaran informasi. Melalui jaringan internet, informasi tidak lagi terbatas secara geografis, melainkan dapat diakses secara global dalam waktu yang sangat cepat. Hal ini menjadikan jurnalisme digital memiliki keunggulan dalam hal kecepatan dan luasnya distribusi informasi dibandingkan media konvensional (Suciati & Fauziah, 2020). Dengan demikian, dapat dipahami bahwa jurnalisme digital merupakan bentuk evolusi dari jurnalisme konvensional yang tidak hanya mengubah cara produksi dan distribusi berita, tetapi juga mengubah pola komunikasi antara media dan audiens. Perubahan ini menjadikan jurnalisme digital sebagai sistem komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan terhubung secara global dalam ekosistem media modern.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam praktik jurnalisme data pada akun TikTok @riaupos. Strategi penelitian menggunakan studi kasus. Pendekatan dan metode ini memungkinkan peneliti menggambarkan proses, pola kerja, serta interaksi yang muncul dalam produksi konten berbasis

data secara natural dan kontekstual (Mulyadi, 2012).

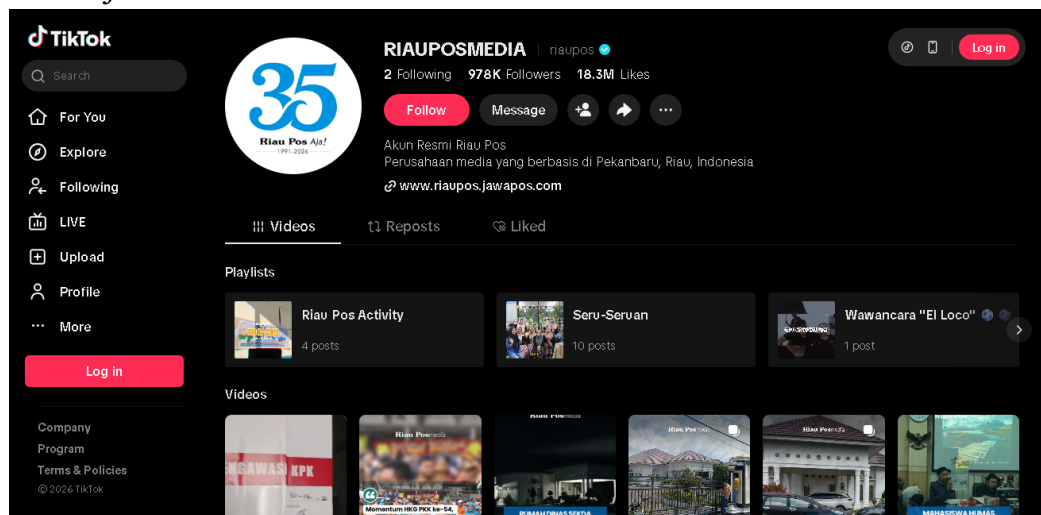
Penelitian dilaksanakan pada akun TikTok @riaupos yang dikelola tim *Riau Pos* Digital, dengan waktu pengumpulan data berlangsung dari September 2024 hingga September 2025. Subjek penelitian adalah pengelola konten TikTok *Riau Pos*, kreator digital, serta wartawan yang terlibat dalam proses produksi. Objek penelitian adalah konten TikTok yang memuat unsur jurnalisme data, termasuk visualisasi data, penggunaan fakta, serta struktur penyampaian informasi.

Informan dipilih berdasarkan relevansi dan kompetensi informan dengan topik penelitian. Informan utama

terdiri atas konten kreator TikTok *Riau Pos*, Wakil Pemimpin Redaksi, wartawan, dan informan sekunder dari beberapa netizen yang berkomentar. Observasi dilakukan terhadap video yang telah dipublikasikan dengan fokus pada elemen visualisasi data, gaya narasi, serta penyusunan informasi. Dokumentasi dilakukan melalui konten dan literatur terkait jurnalisme data. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari beberapa informan serta mencocokkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga temuan yang dihasilkan lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Gambar 1

Halaman Profil TikTok RIAUPOS MEDIA



Sumber : <https://www.tiktok.com/@riaupos>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan penelitian mengenai praktik jurnalisme data pada akun TikTok @riaupos dalam memproduksi dan menyajikan konten berbasis data. Penyajian hasil penelitian mengacu pada lima tahapan jurnalisme data menurut Paul Bradshaw *Compile, Clean, Context, Combine, dan Communicate* serta temuan mengenai

tantangan yang dihadapi dalam praktik tersebut.

Penerapan Jurnalisme Data Pada Akun TikTok @riaupos

Di *Riau Pos*, proses jurnalisme data dimulai dari pengumpulan data oleh wartawan di lapangan. Setiap wartawan bertugas mencari informasi dari berbagai sumber, mulai dari wawancara dengan narasumber, pengumpulan dokumen,

hingga observasi langsung. Pengumpulan data dilakukan secara tim, sehingga informasi dari berbagai wartawan saling melengkapi. Semua data yang diperoleh kemudian dicatat dan dimasukkan ke dalam database internal sebagai bahan mentah untuk produksi berita, hal ini dijelaskan oleh Soleh Saputra selaku wartawan *Riau Pos* sebagai berikut.

“Proses pengumpulan data ini dilakukan secara sistematis, dimulai dari pencarian fakta di lapangan, wawancara dengan narasumber, hingga pencatatan informasi pendukung. Semua dilakukan bersama tim agar data yang dikumpulkan lengkap dan dapat dipertanggungjawabkan” (Soleh Saputra, wawancara, 23 Oktober 2025).

Setelah berita selesai diproduksi dan tersimpan di *database* internal ataupun diterbitkan di koran, wartawan kemudian memberikan informasi kepada pengelola akun TikTok. Soleh Saputra menjelaskan lebih lanjut sebagai berikut.

“Kami biasanya mengirim data melalui email atau grup Whatapps. Selanjutnya, editor media sosial yang akan mengambil data tersebut untuk diolah menjadi konten TikTok. Wartawan tidak ikut campur dalam proses pengolahan konten di platform media sosial” (Soleh Saputra, wawancara, 23 Oktober 2025).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun data utama berasal dari

berita resmi, admin tetap memiliki ruang untuk menyeleksi dan menyesuaikan konten berdasarkan kebutuhan platform dan interaksi dengan audiens. Alur kerja ini menunjukkan bahwa konten TikTok *Riau Pos* bersumber dari berita yang telah diverifikasi oleh wartawan, tetapi proses penyesuaian format, seleksi poin penting, dan visualisasi dilakukan sepenuhnya oleh admin media sosial.

Seperti dijelaskan oleh Anggun, salah satu admin TikTok *Riau Pos*, dalam wawancara tanggal 25 Mei 2025 bahwa sebelum membuat konten berbasis data *Riau Pos* terlebih dahulu menentukan konsep apa yang ingin diangkat seperti isu sosial, ekonomi, lingkungan, dan lain-lain sebagainya (Anggun Fatimatul Zahra, Wawancara, 25 Mei 2025). Apa yang disampaikan Zahra tersebut menunjukkan bahwa proses produksi konten TikTok tidak sekadar mengambil data yang sudah tersedia di database redaksi, tetapi juga melalui tahap seleksi dan penentuan tema sesuai isu yang relevan bagi publik. Hal ini diperkuat dari observasi di akun @riaupos. Berdasarkan pengamatan, konten berjudul “Kasus HIV di Riau Terbanyak Akibat Hubungan Sejenis” pada 12 Desember 2023 memiliki keterkaitan langsung dengan berita yang terbit di situs riaupos.jawapos.com pada 11 Desember 2023 dengan judul yang sama. Konten ini berisi data yang bersumber dari Dinas Kesehatan, yang merupakan salah satu bentuk data terbuka dari lembaga pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa tahapan *compile* dilakukan dengan merujuk pada data resmi yang relevan dengan isu yang sedang dibahas.

Gambar 2

Tampilan Konten Tiktok @riaupos 12 Desember 2024



Sumber:

https://www.tiktok.com/@riaupos/photo/7447378774435450118?is_from_webapp=1&sender_device=pc

Sementara itu, pada unggahan 05 Februari 2025, ditemukan pula konten berjudul “Sudah Tiga Pejabat Pemprov Mengundurkan Diri, Ini Alasan Mereka”. Konten ini memuat tiga poin yang menjelaskan kasus pengunduran diri tersebut. Data yang digunakan dalam konten ini dirangkum dari berbagai

sumber berita yang telah lalu, baik dari arsip berita daring maupun dokumentasi peristiwa yang sebelumnya telah dipublikasikan. Hal ini menunjukkan bahwa tim kreatif tidak hanya mengandalkan data terbaru, tetapi juga mengompilasi informasi historis sebagai bagian dari proses pengumpulan data.

Gambar 3

Tampilan Konten Tiktok @riaupos 05 Februari 2025



Sumber: https://www.tiktok.com/@riaupos/photo/7467817268341542162?_r=1&t=ZS-97ff12ZXH8u

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa tahap *compile* dalam praktik jurnalisme data di akun TikTok @riaupos tidak hanya mencakup proses teknis pengumpulan data, tetapi juga diawali dengan pemilihan isu yang relevan dan dibutuhkan oleh publik. Hal ini menunjukkan bahwa pengumpulan data dilakukan secara fleksibel, kontekstual, dan menyeluruh, sehingga memungkinkan tim untuk membangun narasi konten berbasis fakta.

Pada tahapan kedua, yaitu *clean* atau pembersihan data, tim kreatif mulai menyaring dan memilah data mentah yang telah dikumpulkan sebelumnya. Ternyata, pada praktiknya, tim Digital *Riau Pos* juga melakukan proses ini sebagai bagian dari alur kerja mereka.

Pembersihan data ini dilakukan dengan memilih informasi yang dianggap paling penting dan relevan, menyederhanakan isi berita menjadi poin-poin utama, serta memastikan bahwa data

tersebut layak untuk dipublikasikan. Hal ini dijelaskan oleh Eka Gusmadi Putra, selaku Wakil Pemimpin Redaksi *Riau Pos*, dalam wawancara pada 13 Mei 2025.

“Ya dengan mengambil pointer utama, data dan fakta dari sebuah berita untuk kemudian dijadiin data grafis dan bentuk publikasi konten lainnya ke media sosial.”
(Wawancara dengan Eka Gusmadi Putra, 13 Mei 2025)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa dalam praktik jurnalisme data, tim kreatif melakukan seleksi terhadap isi berita dengan menekankan pada informasi yang penting dan aktual.

Temuan ini diperkuat oleh hasil observasi peneliti terhadap salah satu konten jurnalisme data di akun TikTok @riaupos yang berjudul "Sulap Peralite Jadi Pertamina, Kenapa Sih Hal Besar Kayak Gini Harus Bohong?" yang diunggah pada 26 Februari 2025.

Gambar 4

Tampilan Konten Tiktok @riaupos 26 Februari 2025



Sumber: https://www.tiktok.com/@riaupos/photo/7475193515799039238?_r=1&_t=ZS-97ffPPWcwJY

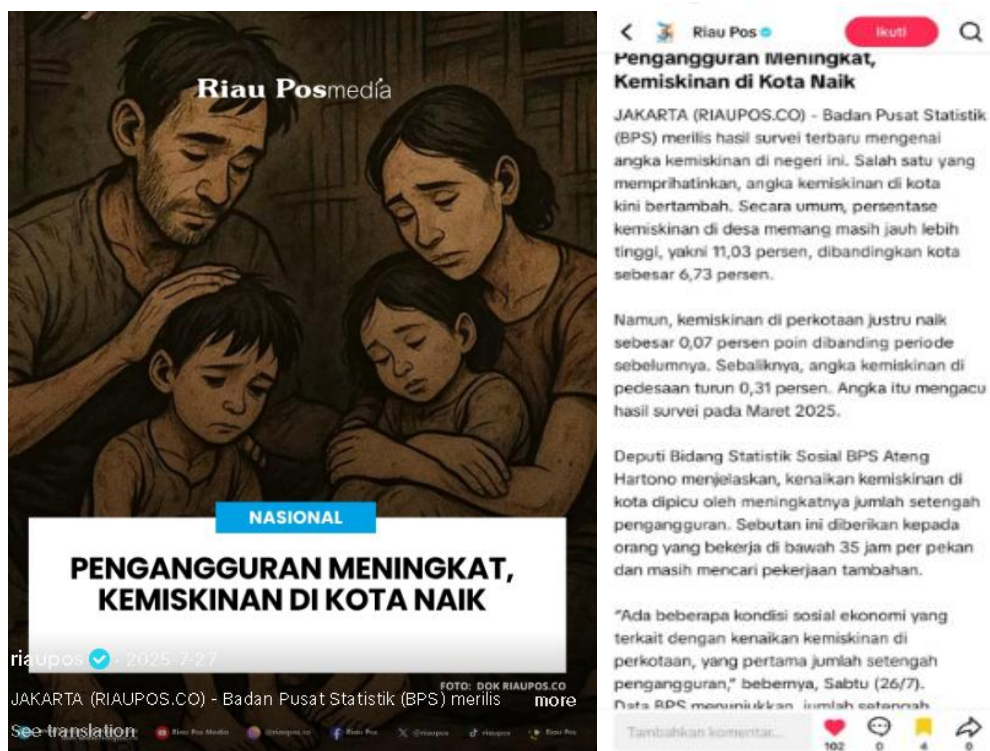
Konten ini mengangkat isu penyalahgunaan BBM jenis pertalite yang diolah dan dijual kembali sebagai pertamax. Dalam berita aslinya yang dimuat di situs resmi *Riau Pos*, kasus ini dijelaskan secara panjang lebar. Namun, dalam versi konten TikTok-nya, informasi tersebut telah disederhanakan menjadi beberapa poin utama, seperti daftar nama-nama pelaku yang terlibat dalam praktik ilegal tersebut, serta kerugian negara yang ditimbulkan akibat praktik ini.

Pengemasan konten dalam bentuk poin-poin tersebut menunjukkan bahwa proses pembersihan data memang dilakukan secara aktif. Informasi yang panjang dan kompleks disarikan menjadi inti-inti penting yang dapat dipahami dengan cepat oleh audiens media sosial.

Selanjutnya, tim kreatif *Riau Pos* Menyusun sudut pandang pada data berita yang telah dibersihkan. Berdasarkan hasil observasi, tahap konteks dalam praktik jurnalisme data berfungsi sebagai penyajian informasi pendukung yang memperkuat inti berita. Konten yang diamati menampilkan data objektif, seperti angka pengangguran, tren kenaikan kemiskinan, atau perbandingan antar wilayah, yang membantu audiens memahami signifikansi berita secara lebih mendalam. Misalnya, salah satu postingan menampilkan data persentase pengangguran dan kenaikan kemiskinan di beberapa kota, serta tren perubahan dari tahun ke tahun. Penyajian data ini memberikan latar belakang yang jelas dan memperkuat inti berita.

Gambar 5

Tampilan Konten Tiktok @riaupos 27 Juli 2025



Sumber: https://www.tiktok.com/@riaupos/photo/7475193515799039238?_r=1&_t=ZS-97ffPPWcwJY

Pada tahapan *combine*, tim kreatif mulai mengolah data yang telah dibersihkan menjadi bentuk visual yang menarik dan informatif. Visualisasi ini bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami oleh audiens media sosial, terutama TikTok, yang mengandalkan penyajian konten singkat dan visual yang kuat. Dalam praktiknya, tim *Riau Pos* memanfaatkan berbagai perangkat desain digital untuk menggabungkan elemen data dengan desain visual. Hal ini dijelaskan oleh Arif Oktavian (Wawancara, 12 Mei 2025) yang menyatakan bahwa tim kreatif biasanya menggunakan Canva atau *After Effects*, tergantung kontennya. Kalau yang butuh animasi, tim umumnya menggunakan pakai *After Effects*, tetapi kalau *carousel* biasanya cukup di Canva

Pernyataan ini menunjukkan bahwa proses penggabungan data dan visual dilakukan secara adaptif, tergantung pada jenis dan kebutuhan konten. Untuk konten bergaya *carousel* yang statis, digunakan platform Canva yang mudah diakses dan memiliki banyak template siap pakai. Sementara itu, konten yang membutuhkan animasi lebih kompleks diproduksi menggunakan *After Effects*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa proses *combine* dilakukan secara terencana dan teknis, dengan

mempertimbangkan bentuk visualisasi yang paling efektif untuk tiap jenis data.

Setelah melalui proses piramida terbalik yang terdiri dari tahapan *compile*, *clean*, *context*, dan *combine*, data yang telah disusun secara sistematis kemudian masuk ke tahap akhir, yaitu *communicate*. Berbeda dengan tahapan sebelumnya yang berbentuk piramida terbalik, tahap *communicate* justru digambarkan sebagai piramida normal, karena pada tahap ini data tidak lagi disaring, melainkan disebarkan kembali kepada publik.

Tahapan *communicate* menjadi jembatan penting antara kerja teknis jurnalis data dan penerimaan informasi oleh masyarakat. Pada tahap ini, data yang telah dipadatkan melalui proses analisis dan visualisasi dikomunikasikan melalui berbagai bentuk pendekatan, seperti visualisasi, narasi, sosialisasi, hingga personalisasi. Tujuannya agar data tidak hanya tersampaikan, tetapi juga dipahami, dirasakan, dan bahkan dimanfaatkan oleh audiens.

Dengan bentuk piramida normal, tahap *communicate* menandai perluasan informasi, dari inti data yang padat menuju jangkauan yang luas dan berdampak. Oleh karena itu, keberhasilan jurnalisme data tidak hanya terletak pada pengolahan informasinya, tetapi juga pada bagaimana informasi tersebut dikomunikasikan kepada publik secara efektif.

Tabel 1

Communicate

No	Bentuk <i>Communicate</i>	Penjelasan Singkat	Bukti Temuan
1	<i>Visualise</i>	Data disajikan dalam bentuk visual seperti carousel, infografis, peta.	Konten dengan judul <i>Tokoh Pendidik Perempuan di Riau dari 1927–2016</i> (21 April 2025), menggunakan carousel berisi foto dan informasi singkat tokoh-tokoh
2	<i>Narrate</i>	Terdapat narasi atau <i>storytelling</i> singkat di dalam konten.	Konten dengan judul <i>Benarkah Tarian THR Berasal dari Yahudi? Ini Faktanya</i> (April 2025), dengan reporter menjelaskan langsung di depan kamera dengan bukti visual
3	<i>Humanise</i>	Mengangkat tokoh/perspektif manusia untuk mendekatkan data.	Konten dengan judul <i>Tokoh Pendidik Perempuan di Riau dari 1927–2016</i> (21 April 2025) yang mengangkat sosok pendidik wanita dari berbagai era
4	<i>Socialise</i>	Konten disebar di TikTok, dengan strategi durasi, tren audio, dan interaksi komentar.	Konten dengan judul <i>Kasus HIV di Riau Terbanyak Akibat Hubungan Sejenis</i> (12 Desember 2024) di Riau, banyak komentar merasa relate dan teredukasi
5	<i>Personalise</i>	Menyebut lokasi atau kelompok tertentu sehingga terasa dekat bagi audiens.	<i>Kasus HIV di Riau Terbanyak Akibat Hubungan Sejenis</i> (12 Desember 2024): informan menyatakan membagikan ke teman/keluarga agar ikut waspada
6	<i>Utilise</i>	Mendorong respon dan diskusi publik, digunakan sebagai edukasi atau advokasi.	<i>Benarkah Tarian THR Berasal dari Yahudi? Ini Faktanya</i> (April 2025): Konten tarian THR “Yahudi” menimbulkan pro kontra hingga klarifikasi oleh tim jurnalis

Sumber: Olahan Peneliti

Tantangan Pada Pemegang Akun Media Sosial Tiktok @riaupos

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi tim pengelola akun TikTok @riaupos dalam penerapan jurnalisme data. Tantangan itu mencakup di antaranya beban kerja dan pembagian tugas, tidak mudahnya menemukan bahan yang relevan serta tantangan yang dihadapi oleh wartawan *Riau Pos* sendiri.

Beban Kerja dan Pembagian Tugas

Proses pengelolaan konten TikTok dilakukan oleh tiga orang anggota tim media sosial. Namun, berdasarkan keterangan Anggun Fatimatul Zahra, tahap penyuntingan video dan pengunggahan konten lebih sering dilakukan olehnya secara mandiri. Dalam hal ini, Zahra ”(wawancara, 25 Mei 2025) menjelaskan bagaimana beban pekerjaan yang harus ia selesaikan. Menurutnya, ia harus menyusun perencanaan, mencari bahan, melakukan editing, dan mengunggah sehingga sering kali kewalahan.

Hal ini menunjukkan bahwa pembagian tugas dalam tim bersifat fleksibel dan menyesuaikan dengan waktu serta kemampuan masing-masing anggota. Kondisi ini menimbulkan tantangan tersendiri dalam hal manajemen waktu dan konsistensi unggahan. Selain itu dalam praktik produksi konten jurnalisme data di TikTok @riaupos, ditemukan bahwa tim juga mengalami ketergantungan pada sumber daya tambahan, khususnya anak magang.

Menurut penuturan informan, anak magang biasanya diminta membantu dalam mencari bahan konten, menulis ulang berita, atau menyiapkan data untuk dijadikan konten jurnalisme data.

“Kalau ada anak magang, baru bisa kakak minta tolong mereka carikan bahan berita dengan sumber yang jelas dan tetap dalam pantauan, sekalian mereka belajar menulis berita-berita evergreen juga.” (Zahra, wawancara 25 Mei 2025).

Keterbatasan ini menandakan bahwa proses produksi jurnalisme data masih sangat tergantung pada tambahan tenaga non-struktural, yang keberadaannya tidak selalu tersedia. Dalam situasi ketika tidak ada anak magang yang membantu, beban kerja akan kembali ditanggung oleh satu atau dua orang inti di tim konten. Hal ini berkontribusi pada tidaknya konsisten produksi konten jurnalisme data dari bulan ke bulan, seperti yang terlihat dari hasil observasi peneliti pada periode Desember 2024 hingga Mei 2025. Dengan demikian, meskipun bantuan dari anak magang bersifat positif sebagai bentuk regenerasi dan pembelajaran di ruang redaksi, namun ketergantungan yang terlalu besar pada peran mereka justru menunjukkan belum optimalnya sistem kerja produksi konten jurnalisme data di TikTok @riaupos, terutama dari sisi manajemen sumber daya manusia.

Kesulitan Menemukan Bahan yang Sesuai

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penelitian ini menemukan bahwa tim TikTok @riaupos mengalami kesulitan dalam menemukan bahan yang cocok untuk dikembangkan menjadi konten jurnalisme data. Hal ini disebabkan oleh karakteristik berita yang tersedia di koran maupun media daring *Riau Pos* yang sebagian besar bersifat laporan kejadian harian, berita ringan, atau bahkan iklan advertorial, sehingga tidak memiliki unsur data atau konteks mendalam yang diperlukan dalam pembuatan konten jurnalisme data (Zahra, wawancara, 25 Mei 2025). Kondisi ini menyebabkan tim konten jarang mengambil bahan dari berita cetak, dan lebih sering mencari isu lain dari sumber eksternal seperti peringatan hari nasional, momen viral, atau data yang tersedia secara terbuka. Dalam hal ini, pihak redaksi mengemukakan, “Bahan awal dari berita yang cenderung tidak rutin di daring ataupun koran.” (Eka Gusmadi Putra, wawancara, 10 Mei 2025)

Dalam beberapa bulan, seperti yang diamati oleh peneliti, konten yang berbasis data cenderung hadir hanya dalam momen-momen tertentu seperti Hari Pahlawan, Pemilu, atau berita hangat seperti AIDS, atau ketika ada isu viral yang memuat unsur statistik atau historis. Hal ini menunjukkan bahwa proses pencarian bahan tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan data, tetapi juga oleh konteks waktu, momentum, dan keterkaitan dengan audiens. Dengan demikian, tantangan dalam menemukan bahan jurnalisme data tidak hanya disebabkan oleh kelangkaan topik yang sesuai, tetapi juga karena tidak semua berita yang tersedia di media internal dapat dikembangkan menjadi narasi visual berbasis data yang menarik untuk format media sosial seperti TikTok.

Tantangan Pada Wartawan @riaupos

Berbeda dengan tantangan yang dihadapi oleh pemegang akun media sosial TikTok *Riau Pos* yang berkaitan dengan keterbatasan sumber daya manusia dan beban kerja digital, tantangan yang dialami wartawan *Riau Pos* lebih berkaitan dengan proses pengumpulan data di lapangan serta keterbatasan waktu dalam memverifikasi informasi. Salah satunya adalah wartawan sulit memperoleh data dan akses ke narasumber. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk ketakutan narasumber terhadap publikasi data yang mereka miliki. Soleh Saputra menjelaskan bahwa beberapa narasumber masih enggan memberikan informasi karena khawatir data yang mereka sampaikan akan menjadi pertanyaan publik atau menimbulkan perhatian yang tidak diinginkan.

“Narasumber yang masih malas-malasan memberikan data, karena mungkin ada ketakutan-ketakutan datanya kita paparkan nanti menjadi pertanyaan publik dan takut kalau datanya tersebar jadi heboh” (Soleh Saputra, wawancara, 23 Oktober 2025).

Selain kesulitan dalam memperoleh data dan narasumber, Soleh Saputra menjelaskan bahwa wartawan *Riau Pos* juga menghadapi tantangan dari segi waktu. Proses produksi jurnalisme data membutuhkan durasi yang relatif lama karena satu berita dapat memakan waktu hingga satu minggu untuk diselesaikan. Hal ini terjadi karena data yang dibutuhkan harus dikumpulkan dari berbagai sumber dan wilayah berbeda. Wartawan yang bertugas di daerah turut berperan dalam memberikan data lapangan yang kemudian disatukan dan diolah menjadi satu kesatuan berita. Setelah data terkumpul dan dinyatakan valid, barulah hasil tersebut diserahkan

kepada pemegang akun media sosial untuk diolah menjadi konten yang sesuai dengan karakteristik platform digital, seperti TikTok.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini menemukan bahwa praktik jurnalisme data di *Riau Pos* melalui akun TikTok resmi mereka, @riaupos, telah menerapkan tahapan jurnalisme data Paul Bradshaw (2024). Tahapan tersebut mencakup mulai dari tahapan pengumpulan data (*compile*), pemberisihan data (*clean*), pemberian konteks pada narasi (*context*), penggabungan data (*combine*), dan penyebaran cara komunikasi konten (*communicate*), dalam format video pendek yang disesuaikan dengan karakteristik audiens TikTok. Lima tahap ini tidak hanya menggambarkan proses teknis yang dijalankan oleh tim kreatif, tetapi juga memperlihatkan transformasi mendalam dalam praktik jurnalistik akibat konvergensi media. Konvergensi tidak sekadar berarti penggabungan teknologi, melainkan lebih jauh mencerminkan pertemuan antara budaya kerja jurnalisme tradisional dan dinamika distribusi konten berbasis media sosial. Ini dapat dilihat, misalnya, dalam kasus konten TikTok “8.986 Kasus HIV/AIDS di Riau”. Konten ini menampilkan penerapan prinsip jurnalisme data berbasis piramida terbalik dari Paul Bradshaw. Penyajian dimulai dengan data utama jumlah kasus HIV/AIDS di Riau diikuti rincian wilayah, kelompok usia, dan faktor penyebab. Struktur ini memudahkan audiens memahami inti isu secara cepat, sesuai karakter konsumsi informasi di media sosial yang bersifat singkat, visual, dan informatif. Selain itu, konten ini menekankan humanisasi dan personalisasi dengan menyoroti kelompok rentan seperti ibu rumah tangga dan kelompok usia produktif. Visualisasi data berupa grafik dan animasi memperjelas informasi,

sementara narasi singkat menjaga fokus pada hal paling penting. Strategi ini membantu meningkatkan keterlibatan audiens, sekaligus mempertahankan kredibilitas informasi.

Sebagai perbandingan, konten serupa yang dipublikasikan pada 2024 dengan menggunakan format ilustrasi slide gambar. Konten ini tetap menyajikan data utama dan humanisasi, tetapi interaksi audiens berbeda format video animasi. Pada 2023, cenderung memperoleh lebih banyak *likes*, komentar, dan *shares*. Slide gambar lebih ringkas, tetapi tetap efektif dalam menyampaikan informasi. Perbandingan ini menunjukkan fleksibilitas media sosial dalam memanfaatkan format berbeda untuk menjangkau audiens, sekaligus mencerminkan prinsip konvergensi media (Jenkins, 2006), yaitu integrasi lintas platform untuk menyebarkan informasi secara efektif. Fenomena ini sejalan dengan pandangan Jenkins (2006) yang menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses berkelanjutan di mana konten, teknologi, audiens, dan industri saling bersinggungan. Temuan ini menunjukkan bahwa praktik jurnalisme data di media sosial TikTok @riaupos tidak hanya bergantung pada penyampaian informasi, tetapi juga pada kemampuan mengintegrasikan berbagai unsur untuk menciptakan pengalaman interaktif bagi penonton.

Adopsi konten dari media cetak dan situs web ke TikTok juga menunjukkan praktik konvergensi media di tingkat lokal, di mana pengelola media sosial dan tim redaksi bekerja sama untuk menyajikan informasi yang relevan dan kredibel. Temuan ini menekankan pandangan bahwa jurnalisme di era digital tidak lagi bersifat linear, melainkan memerlukan kolaborasi lintas peran untuk memastikan informasi sampai ke audiens dengan cara yang menarik dan mudah dipahami (Fajarlie & Monggilo, 2023; Lestari et al.,

2024; Sari et al., 2023). Dengan demikian, konten TikTok @riaupos tidak hanya menyajikan data statistik, tetapi juga menjadi contoh nyata penerapan prinsip jurnalisme data yang terstruktur, humanis, dan memanfaatkan integrasi platform digital.

Tantangan-tantangan yang ditemukan dalam praktik jurnalisme data di akun TikTok @riaupos menunjukkan bahwa proses konvergensi media tidak berjalan tanpa hambatan. Meskipun secara ideal konvergensi memungkinkan media massa untuk memperluas jangkauan melalui integrasi teknologi dan platform digital (Jenkins, 2006), tetapi, dalam praktiknya, dibutuhkan kesiapan sumber daya, manajemen waktu, serta pemahaman mendalam terhadap karakter audiens platform yang digunakan. Tantangan pertama adalah pembagian dan beban kerja menjadi penghambat utama. Produksi konten jurnalisme data membutuhkan proses yang lebih panjang dibanding konten biasa, karena harus melalui tahap riset data, penyusunan narasi, serta visualisasi, yang mana jika data yang didapat hanya dikerjakan oleh satu orang maka pasti akan kelabakan. Kedua, kesulitan menemukan bahan yang sesuai, khususnya yang tidak berasal dari berita koran. Meskipun *Riau Pos* adalah institusi media cetak, bahan-bahan dari koran tidak selalu relevan atau menarik untuk format video TikTok. Temuan ini memperkuat argumen Bradshaw (2024) tentang teori piramida terbalik versi digital, bahwa konten digital menuntut penyesuaian dari sisi konten dan bentuk agar mampu mempertahankan perhatian audiens sejak detik pertama. Dalam konteks ini, informasi yang "*berita banget*" bisa jadi kurang menarik secara visual jika tidak dipadukan dengan pendekatan storytelling yang tepat. Ketiga, pemilihan konten harus disesuaikan dengan karakteristik audiens TikTok, yang lebih menyukai isu aktual, lokal, dan berdampak

langsung. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dalam nilai berita *news values* di platform media sosial, di mana aspek keterhubungan *relatability* dan emosi lebih berpengaruh terhadap penyebaran konten dibanding aspek penting dalam pemberitaan tradisional. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian mengenai konten jurnalisme data di mana konten yang berhasil di media sosial umumnya mengedepankan sisi manusiawi dan narasi yang dekat dengan keseharian audiens (Araisyi, 2024; Yesicha & Irawanto, 2020).

Di sisi wartawan, kesulitan memperoleh data dan narasumber serta keterbatasan waktu dalam pengumpulan data menunjukkan bahwa akses informasi dan manajemen waktu tetap menjadi faktor krusial dalam praktik jurnalisme data. Studi Pribadi (2021) menunjukkan bahwa validitas data dan keterbatasan waktu menjadi faktor utama yang memengaruhi kualitas berita berbasis data. Meskipun demikian, keberadaan database berita yang sudah diverifikasi mempermudah tim media sosial untuk mengambil bahan, sehingga proses adaptasi konten menjadi lebih efisien.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa meskipun TikTok @riaupos telah mengadopsi bentuk jurnalisme data dalam beberapa kontennya, penerapannya masih menghadapi tantangan struktural dan teknis. Praktik ini masih sangat bergantung pada kreativitas individu dan fleksibilitas perencanaan konten, serta belum sepenuhnya terintegrasi dalam sistem redaksional yang lebih besar. Namun, upaya ini tetap menunjukkan arah positif menuju jurnalisme data yang lebih visual, naratif, dan adaptif terhadap algoritma serta budaya digital.

Penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian jurnalisme di Indonesia, khususnya pada bidang jurnalisme data yang masih relatif

berkembang dibandingkan dengan bentuk jurnalisme lainnya seperti jurnalisme konvensional, jurnalisme investigasi, maupun jurnalisme berbasis media cetak dan televisi. Kajian mengenai jurnalisme di Indonesia selama ini lebih banyak berfokus pada transformasi media digital secara umum, termasuk pergeseran media konvensional ke media daring serta pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi. Dalam kaitan ini, jurnalisme data dapat diposisikan sebagai salah satu bentuk perkembangan dari jurnalisme digital yang mulai memperoleh perhatian, tetapi belum sepenuhnya menjadi arus utama dalam industri media. Meskipun beberapa media telah menerapkan pendekatan berbasis data dalam pemberitaan, praktik ini masih terbatas pada media tertentu dan belum merata di seluruh ekosistem media nasional. Dengan demikian, penelitian ini menempatkan jurnalisme data sebagai bagian dari praktik jurnalisme modern yang berada di antara jurnalisme konvensional dan jurnalisme digital berbasis media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa jurnalisme data memiliki potensi untuk berkembang lebih luas di Indonesia, terutama seiring dengan meningkatnya penggunaan platform digital dan kebutuhan audiens terhadap informasi yang lebih visual, cepat, dan berbasis data.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa praktik jurnalisme data pada akun TikTok @riaupos melibatkan kolaborasi antara wartawan dan pengelola akun dalam kerangka konvergensi media. Wartawan bertanggung jawab dalam pengumpulan, verifikasi, dan penyusunan data sesuai prinsip piramida terbalik, sedangkan pengelola akun fokus pada penyajian konten yang sesuai karakteristik platform digital. Praktik ini menunjukkan integrasi

lintas divisi yang menekankan akurasi informasi, kejelasan visual, dan kemudahan dipahami audiens. Meskipun demikian, dalam praktiknya, implementasi jurnalisme data masih menghadapi beberapa kesulitan terutama dalam memperoleh data dan narasumber, waktu verifikasi yang panjang, serta beban kerja pengelola akun dalam pencarian topik, penyuntingan, dan penyesuaian format konten. Untuk itu, koordinasi yang lebih efisien dan pembagian tugas yang optimal diperlukan agar penerapan jurnalisme data di media sosial dapat berjalan maksimal.

Hasil penelitian ini juga menyimpulkan bahwa jurnalisme data sebagai bagian dari praktik jurnalisme modern yang berada di antara jurnalisme konvensional dan jurnalisme digital berbasis media sosial. Penelitian ini karenanya memberikan perspektif yang lebih baru dalam melihat jurnalisme data berbasis media sosial. Sementara di tingkat global studi dan teori mengenai jurnalisme digital telah berkembang sedemikian rupa, studi-studi di Indonesia perlu diperkaya mengingat perubahan perilaku audiens dalam mengakses berita.

REFERENSI

- AJI. (2024). *Di antara literasi dan bias politik: Studi tentang tingkat kepercayaan publik terhadap media di Indonesia*. www.aji.or.id
- Annafi, M. (2023). *Data driven journalism pada media Riau Pos (Studi kasus jurnalis harian Riau Pos)*.
- Araisyi, B. R., Hidayat, H., Nurlaili, M., & Darajat, D. M. (2024). Bingkai isu sampah di harian Kompas dalam perspektif jurnalisme data. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 5(2), 109–115. <https://doi.org/10.15408/jsj.v5i2.35377>
- Ashari, M. (2019). Jurnalisme digital: Dari pengumpulan informasi sampai penyebaran pesan. *Inter Komunika*, 4(1), 1–16.
- Aunul, S., Fauzy, A., & Siti Aisyah, S. A. (2024). Data journalism practice in Indonesia. *E-Bangi Journal of Social Science and Humanities*, 21(3). <https://doi.org/10.17576/ebangi.2024.2103.50>
- Badri, M. (2017). *Inovasi jurnalisme data media online di Indonesia*.
- Borges-rey, E. (2016). Unravelling data journalism: A study of data journalism practice in British newsrooms. *Journalism Practice*, 10(7), 833–843. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1159921>
- Bradshaw, P. (2024). *The online journalism handbook: Skills to survive and thrive in the digital age (3rd ed.)*. Routledge.
- Carson, A., & Farhall, K. (2018). Journalism studies understanding collaborative investigative journalism in a “post-truth” age. *Age, Journalism Studies*, 19(13), 1899–1911. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1494515>
- Ciputra, U. (2024). *Jurnalisme digital transformasi media di era modern*. www.ciputra.ac.id. <https://www.ciputra.ac.id/fikom/jurnalisme-digital-transformasi-media-di-era-modern/>

- Danayanti, E., Wardhana, B., Marsiela, A., & Galuh, F. (2024). *Menilai penerapan jurnalisme data dan investigasi*.
- Fajarlie, N. I., & Monggilo, Z. M. Z. (2023). The data journalism practices in the production of investigative news videos by Narasi TV. *JSP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 27(2), 123–140. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jsp.79791>
- Fauzi, A., Waluyo, L., Fatmawati, D., Zubaidah, S., Weka, S., & Nur, N. (2023). Group mentoring of youth scientists to enhance the students' research literacy. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(2), 351–359. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jcse.v4i2.26296>
- Fink, K., Anderson, C. W., Fink, K., & Anderson, C. W. (2015). Data journalism in the United States: beyond the “usual suspects.” *Journalism Studies*, 16(4), 467–481. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.939852>
- Gelgel, N. M. R. A. (2017). Tren pola konsumsi media di Indonesia tahun 2017. *The 4th Indonesia Media Research Awards & Summit (IMRAS) 2017*, 28–38.
- Jafaruddin, & Zahari. (2024). Analysis of data journalism implementation: Challenges and opportunities in modern media. *Sosiologi Dialektika Sosial*, 10(2). <https://doi.org/10.29103/jsds.v%vi%i.5066>
- Jannah, A. A., Maharani, I., & Sukmawati, A. I. (2023). Ketika krisis siapa bertanggung jawab? Analisis framing pertanggungjawaban Pertamina terhadap korban kebakaran depo plumpang. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 3(2). <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol3.iss2.art6>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture where old and new media collide*. New York University Press.
- Kuyucu, M. (Michael). (2020). *Social media and journalism* (Issue January, p. 14). https://www.researchgate.net/publication/348135473_Social_Media_and_Journalism
- Lestari, R. D., Abrar, A. N., & Haque, S. (2024). Collaborative newsroom of local journalists in investigative coverage on online media. *Komunikator*, 16(2), 28–41.
- Mardhiyyah, M. (2023). Konvergensi media (Analisis transformasi media konvensional dalam perspektif ekonomi kritis). *Jurnal An-Nida*, 15(2).
- Martín-García, A., Aguaded, I., & Buitrago, Á. (2022). The voice of journalism in social media: Cartography and functions of the information media community manager as a new actor in journalistic communication. *Profesional de la Informacion*, 31(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.03>
- Mujiati, N. (2022). Konvergensi dan digitalisasi media: Tantangan industri media (Konvergensi media MNC Grup dan Kompas Gramedia di Indonesia). *Juni*, 3(2), 157–173.

- Mulyadi, M. (2012). Riset desain dalam metodologi penelitian. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1).
- Newman, N., & Cherubini, F. (2025). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2025*. <https://doi.org/10.60625/risj-vte1-x706>
- Porlezza, C., & Splendore, S. (2019). From open journalism to closed data : Data journalism in Italy. *Digital Journalism*, 7(9), 1230–1252. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1657778>
- Pribadi, B. (2021). *Manajemen redaksi Riauonline.Co.Id dalam mengimplementasikan Jurnalisme Data*. UIN SUSKA.
- Robbani, F. A., Nursyamsiah Pirdayanti, V., Zaki, R. M., Nugraha, D. M., & Fu'adin, A. (2023). *Fenomena mahasiswa penerima beasiswa LPDP yang tidak mau kembali ke Indonesia*. 6(4), 236–240. <https://doi.org/10.31764>
- Rohmatuszakiah, F., & Yahya, A. H. (2026). Tiktok sebagai medium jurnalisme: Analisis narasi berita dalam format video pendek di @Metro_Tv. *Journal of Innovative and Creativity*, 6(1), 2026.
- Sari, R. A., Purwati, E., & Lestari, N. (2023). Konvergensi media: Studi pada LPP RRI Madiun di era digital. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(1), 97. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i1.22699>
- Statista. (2025, October). *TikTok users by country 2025*. Statista.
- Suciati, T. N., & Fauziah, N. (2020). Layak berita ke layak jual: Nilai berita jurnalisme online Indonesia di era attention ekonomi. *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*, 3(1).
- Suri, D. (2019). Pemanfaatan media komunikasi dan informasi dalam perwujudan pembangunan nasional. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 177–187. <https://doi.org/10.46937/17201926848>
- Suryaputri, J. D., & Rizki, R. (2022). Fenomena jurnalisme TikTok di media baru. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 1(2), 115–126. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v1i2.492>
- Tarmawan, I., & Fadillah, R. (2024). Selective exposure of persuasive communication in commercial advertising bottled drinking water products. *Proceeding of International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities*, 2024. <https://youtu.be/IuOUo8Ov6cU>
- Widodo, S. (2025). Challenges of data science implementation in Indonesian digital – native newsrooms : Detik . com and Kumparan. *International Journal of Digital Multimedia Broadcasting*, 2025. <https://doi.org/10.1155/ijdm/7468405>
- Yesicha, C., & Irawanto, B. (2020). Dekonstruksi wacana subversif meme #IndonesiaTerserah. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(2), 282–299. <https://doi.org/10.24815/jkg.v9i2.17344>
- Yuniarto, T. (2022, January 3). *Jurnalisme data menghadirkan jurnalisme berkualitas*. Kompas.Id.

