

# BAB I

## PENDAHULUAN

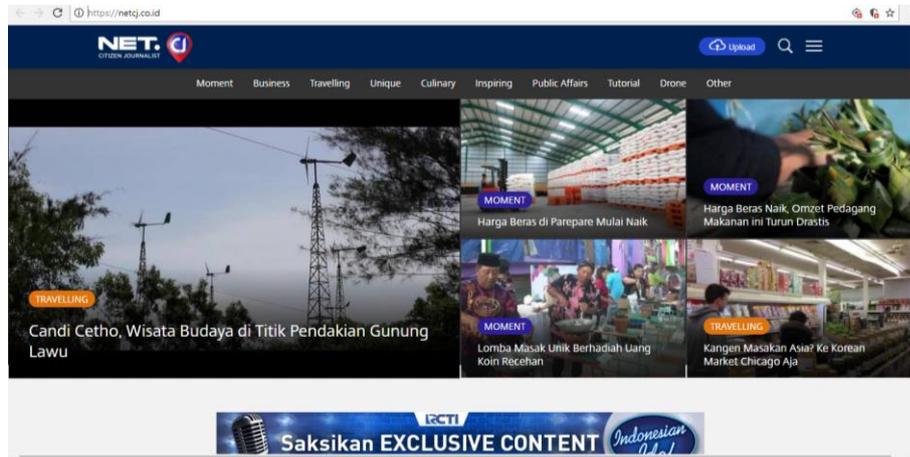
### 1.1 Latar Belakang

Media massa semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman yang menuju ke era digital. Penggunaan media sosial pun semakin marak digunakan sebagai *platform* penyampaian pesan. Karakteristik media sosial yang dinamis serta mudah digunakan oleh siapa saja memicu munculnya *trend citizen journalism*, khususnya di Indonesia. *Citizen Journalism* dapat diartikan sebagai proses pengumpulan, penulisan, editing, produksi, dan distribusi berita dan informasi oleh orang-orang non jurnalis profesional. Adapun *citizen journalist* dapat diartikan sebagai siapa pun yang dengan cara apa pun berpartisipasi dalam pengumpulan dan penyebaran berita (Macharasvili, 2012). Perkembangan *citizen journalism* di Indonesia dimulai video amatir Cut Putri saat terjadi bencana Tsunami di Provinsi Nangroe Aceh Darussalam pada 26 Desember 2004 silam. Dengan bermodal *handycam*, ia merekam detik-detik saat air bah meluluhlantakkan tanah Serambi Mekah dan kemudian meng-upload-nya ke situs youtube. Tak lama, Metro TV menayangkan video milik Cut Putri yang menggambarkan betapa dahsyatnya bencana Tsunami tersebut (Nugraha, 2012). Dimulai dari saat itu, *trend citizen journalism* pun mulai diterapkan di berbagai perusahaan media televisi dan media *online* di Indonesia.

Salah satu contohnya dimulai dengan kemunculan situs berita *online* yang berbasis jurnalisme warga pertama di Indonesia yakni Swaberita, dimana pada saat itu situs berita lainnya seperti detikcom, okezone.com dan kompas.com menggunakan jurnalis profesional. Kemudian *trend* ini pun disusul oleh media televisi Indonesia yaitu Metro TV yang menayangkan program berita televisi I-witness, dimana di dalamnya berisi berita video amatir yang diambil warga kemudian diolah kembali oleh tim pemberitaan Metro TV. Hingga saat ini *trend citizen journalism* di dunia pertelevisian merupakan hal yang lumrah, serta salah satu media televisi yang paling terkenal dengan konsep *citizen journalism* nya yaitu NET dengan konten NET CJ.

NET *Citizen Journalism* atau NET CJ merupakan salah satu program pemberitaan yang dibuat oleh NET dimana masyarakat dapat mengunggah berita yang

telah dibuat ke situs resmi milik NET, kemudian berita terpilih akan ditayangkan pada program berita NET secara nasional. Dengan demikian menjadikan NET sebagai media yang menyampaikan informasi atau berita dengan mempertimbangkan kebutuhan khalayak akan informasi serta sudut pandang warga.



**Gambar 1.1**

*Website NET Citizen Journalism*

Penggunaan internet dan media sosial yang semakin intens membuat kegiatan *citizen journalism* kerap mengikuti zaman. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh salah satu perusahaan media dari Inggris, *We Are Social*, mengeluarkan laporan terbaru terkait data pengguna internet sekarang. Di dalam laporan yang berjudul *Digital in 2017 Global Overview* dinyatakan bahwa pengguna internet saat ini mencapai 3,819 milyar jiwa atau 51 persen dari total jumlah penduduk dunia yang sekarang berjumlah 7,524 milyar jiwa. (<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>). Tak hanya itu, kemudahan internet dan media sosial untuk dapat dijangkau di seluruh penjuru dunia, dan tidak terkecuali Indonesia. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 1998 terdapat sekitar 0,5 juta pengguna internet di Indonesia dan terus meningkat setiap tahunnya, hingga pada November 2017 mencapai 132 juta pengguna. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) tahun 2017 menyatakan Indonesia menduduki posisi ke-6 di dunia sebagai negara dengan pengguna internet terbanyak dilansir dari lembaga riset pasar e-Marketer. Dari angka yang telah dipaparkan diatas, 95 persen dinyatakan menggunakan internet untuk mengakses media sosial. (sumber:

<http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.No.mor.Enam.Dunia>).

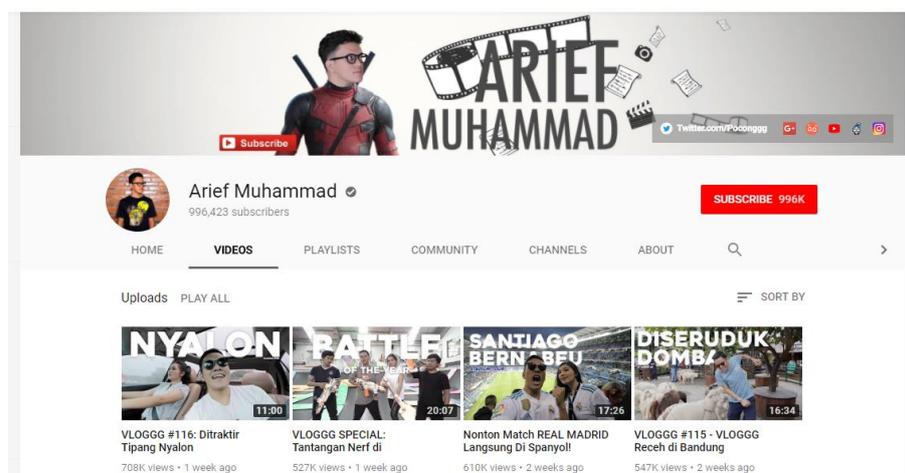
Berbagai jenis media sosial memiliki ciri khas dan tipe yang berbeda-beda berdasarkan dari kegunaannya. Media sosial terbagi menjadi tiga yaitu messenger (pesan), blog/website, serta foto dan video. Di era digital saat ini, masyarakat cenderung lebih mudah memahami informasi secara audio visual. Hal tersebut dikarenakan teknologi berkembang dengan pesat dan masyarakat lebih memilih untuk mengakses informasi melalui ponsel pintar yang penyajian informasinya secara audio maupun visual. Seperti apa yang diuraikan oleh Nicholas Mirzoeff dalam buku “An Introduction to Visual Culture”, ia mengungkapkan bahwa budaya visual terkait pada konten visual, yang dimana pengguna mencari informasi, pemaknaan atau kepuasan melalui teknologi visual. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa masyarakat visual mencari informasi yang mereka inginkan serta memaknainya sendiri melalui teknologi visual yaitu salah satunya media sosial (internet).

Adapun media sosial yang menunjang kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan tersebut adalah media sosial youtube. Youtube merupakan sebuah web video sharing, yang mana pengguna dapat mengunggah, menonton, dan berbagi video kepada pengguna lainnya. Youtube merupakan medium tontonan paling sukses saat ini. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Pew Research pada tahun 2015 dari total pengguna internet di dunia, sebanyak 72% diantaranya mengunjungi situs berbagi video seperti youtube. Angka tersebut semakin meningkat tiap tahunnya, hal ini ditunjukkan dengan pada Juni 2017 youtube telah menembus angka 1.5 milyar pengunjung tiap bulan. Berita ini secara terbuka dibagikan oleh CEO dari Youtube Susan Wojcicki melalui suatu postingan blog saat ia memberikan materi untuk online conference di California. (<https://www.cnn.com/2017/06/22/youtube-claims-1-point-5-billion-monthly-users.html>).

Tak hanya itu, durasi yang dihabiskan oleh penggunanya kian meningkat setiap tahun. Menurut Vice President of Engineering Youtube, Cristos Goodrow, durasi orang menonton video di platform tersebut mencapai 1 milyar jam perhari. Angka tersebut ditembus oleh Youtube pada tahun 2016 dan terus bertambah setiap tahunnya. (<http://tekno.kompas.com/read/2017/03/02/07204687/pengguna.youtube.tonton.1.miliar.jam.video.sehari>). Dengan hadirnya youtube sebagai media sosial yang memenuhi

kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan, konsep *citizen journalism* pun mengarah pada media youtube sebagai platform nya. Hadirnya youtube juga memunculkan trend baru di masyarakat, yaitu vlog atau video blog. Pada dasarnya vlog merupakan suatu jurnal kegiatan yang dibuat dalam bentuk video. Konten dari vlog yang ada di youtube pun bermacam-macam, tergantung pada spesialisasi dari *content maker* tertentu. Adapun salah satu konten menarik dalam vlog youtube adalah *travel vlog* atau vlog perjalanan. Dalam konten *travel vlog* selain menunjukkan tempat-tempat wisata dan perjalanan yang dilakukan oleh *content maker*, biasanya akan memberikan review mengenai tempat wisata yang dikunjunginya tersebut.

Di Indonesia sendiri, fenomena *travel vlog* tersebut merupakan hal lumrah dan dapat dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat. Adapun satu tokoh figur yang kini begitu terkenal di Indonesia karena *travel vlog* yang ia buat adalah Arief Muhammad. Vlog perjalanan yang ia buat menarik perhatian masyarakat, karena hingga Januari 2018 channel youtube yang ia miliki telah memiliki lebih dari 990 ribu *subscribers*.



**Gambar 1.2**

Channel Youtube “Arief Muhammad”

Sumber: Youtube

Munculnya fenomena *vlog* tak dapat dipungkiri telah menciptakan trend baru di masyarakat, termasuk dalam konsep *citizen journalism*. Opini serta *review* dari *travel vlogger*, mempengaruhi berbagai aspek mulai dari pendapat hingga khalayak terhadap destinasi wisata yang akan mereka kunjungi. Hal ini dapat menjadi nilai tambah apabila destinasi wisata mendapat *review* yang bagus dari *travel vlogger* terkemuka.

Namun sebaliknya, apabila destinasi wisata tersebut mendapat *review* buruk dari *travel vlogger*, maka hal itu akan menjadi nilai minus. Dengan demikian apabila melihat dari fenomena ini, dapat dikatakan bahwa munculnya *travel vlog* sangat mempengaruhi *image* dari suatu destinasi wisata dan berkembangnya konsep *citizen journalism* dalam jenis berita *soft news* khususnya. Dalam kegiatan jurnalisme warga, tentu terdapat perbedaan yang signifikan dengan jurnalisme tradisional. Berdasarkan jurnal “The Golden Age of Citizen Journalism” oleh Viktoria Mirvajova menyatakan perbedaan dasar yang jelas terlihat antara jurnalisme tradisional dengan *citizen journalism* diantaranya meliputi *Sources* (sumber), *Borders between Fact and Opinion* (garis yang membedakan fakta dan opini), *The audience* (khalayak), *Attitude to Truth* (Sikap pada Kebenaran), serta *Independence*.

Selain itu, salah satu prinsip jurnalisme adalah menjadi pemantau bebas (*watchdog*) yang bertugas sebagai kontrol sosial di masyarakat terhadap peristiwa atau fenomena yang dijadikan topik pembahasan. Suatu karya jurnalistik pada dasarnya bertujuan untuk menginformasikan khalayak akan suatu hal, namun juga memengaruhi pandangan masyarakat akan fenomena atau peristiwa tersebut. Dengan begitu, suatu karya jurnalistik warga juga harus memerhatikan prinsip ini, serta prinsip jurnalisme lain agar sesuai dengan etika jurnalistik yang berlaku.

Berdasarkan konsep jurnalisme warga yang telah dipaparkan tersebut, kegiatan membuat video perjalanan atau yang di era digital lebih dikenal dengan sebutan *travel vlog* dapat dikategorikan sebagai bagian dari *citizen journalism*. Hal tersebut dikarenakan dalam sebuah video perjalanan, warga berperan dalam proses pengumpulan data, penulisan, pengeditan, produksi, serta distribusi. Dalam proses tersebut warga juga harus memperhatikan akurasi, ketelitian, keterbukaan dan kejujuran dalam hal yang ditulis, bahwa itu merupakan argumen atau opini dari mereka serta mandiri, bahwa warga tidak terikat ataupun terkait dengan kelompok atau media mana pun.

Salah satu destinasi wisata yang patut ditampilkan dalam suatu *travel vlog* adalah museum. Museum merupakan suatu tempat yang mengoleksi serta memamerkan benda-benda bersejarah dan memiliki nilai pendidikan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), museum diartikan sebagai gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda patut mendapat perhatian umum, seperti

peninggalan sejarah, seni, dan ilmu; tempat menyimpan barang kuno. Di Indonesia, jumlah museum terdapat sekitar 300 museum. Angka yang masih sedikit apabila dibandingkan dengan negara lain. (menurut data dari Kemendikbud diakses melalui <http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditpcbm/2015/05/11/permasalahan-dan-tantangan-pelestarian-museum/>). Berdasarkan analisis dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) mengenai Permasalahan dan Tantangan Pengembangan Museum pada tahun 2015 diuraikan dalam bentuk *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat)* menyatakan bahwa beberapa kelemahan dari pengelolaan museum di Indonesia yaitu diantaranya rendahnya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap museum sehingga belum memiliki daya tarik yang menjadikan museum sebagai destinasi utama untuk dikunjungi saat wisata, kurangnya perhatian Pemerintah Daerah terhadap pengelolaan museum, kualitas dan kuantitas SDM yang belum memadai, sistem pengelolaan yang masih lemah (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling, Evaluation*), kurangnya lembaga pendidikan museum, terbatasnya peraturan tentang museum, sarana dan prasarana penyelenggaraan fungsi dasar permuseuman masih kurang, sistem keamanan museum yang kurang memadai, pencatatan koleksi museum tidak akurat menyebabkan penyusunan database koleksi museum belum akurat, serta jaringan kerjasama antar instansi dalam dan luar negeri masih lemah.

Dari uraian kelemahan yang telah dipaparkan oleh Kemendikbud diatas, hal ini menjadi salah satu alasan bahwa pengelolaan museum di Indonesia perlu peningkatan serta evaluasi secara menyeluruh untuk meningkatkan daya tarik pariwisata dan citra baik dari museum itu sendiri. Selain itu, setiap provinsi di Indonesia harus memiliki museum sendiri yang menjadi jendela informasi budaya lokal. Salah satu museum yang mengangkat kebudayaan serta peninggalan sejarah lokal di Jawa Barat adalah Museum Sri Baduga yang terletak di Jl. BKR No. 185, Pelindung Hewan, Astana Anyar, Kota Bandung, Jawa Barat.

Museum Sri Baduga telah dirintis sejak tahun 1974 dengan memanfaatkan lahan bangunan bekas kedewanaan Tegallega. Bangunan museum berdiri diatas areal seluas 8.415,5 m<sup>2</sup> berbentuk bangunan rumah panggung khas Jawa Barat yang dipadukan dengan gaya arsitektur *modern*. Tahap pertama pembangunan diselesaikan pada tahun 1980 kemudian diresmikan pada tanggal 5 Juni oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Dr. Daud Yusuf dan diberi nama Museum Negeri Provinsi Jawa Barat.

Adapun sepuluh tahun kemudian, nama museum dilengkapi dengan nama “Sri Baduga” diambil dari nama raja Sunda yang bertahta di Pakwan Pajajaran sekitar abad ke-16 Masehi. Karena perkembangan peran dan fungsinya sebagai tempat atau wahana dalam menunjang pendidikan, menambah pengetahuan, dan rekreasi, Museum Sri Baduga melaksanakan renovasi terhadap tata pameran tetapnya secara bertahap mulai tahun 1989 sampai dengan tahun 1992.

Penyajian koleksi ditata sedemikian rupa dan diupayakan agar pengunjung dapat memperoleh gambaran secara terstruktur tentang perjalanan sejarah alam dan budaya Jawa Barat. Pengelompokannya dibagi menjadi; lantai satu merupakan tampilan perkembangan awal dari sejarah alam dan budaya Jawa Barat, antara lain menampilkan benda-benda peninggalan buatan tangan dari masa Prasejarah hingga jaman Hindu-Budha. Selanjutnya di lantai kedua meliputi materi pameran budaya tradisional berupa pola kehidupan masyarakat, mata pencaharian hidup, perdagangan, dan transportasi, pengaruh budaya Islam dan Eropa, sejarah perjuangan bangsa, lambang-lambang daerah kabupaten dan kota se-Jawa Barat. Adapun lantai tiga memamerkan koleksi etnografi berupa ragam bentuk dan fungsi wadah, kesenian, dan keramik asing. (sumber: <http://museumsribaduga.jabarprov.go.id/sejarah>)

Museum Sri Baduga memiliki nilai kekayaan budaya dan sejarah yang patut untuk dipertahankan dan dilestarikan. Hingga saat ini, terdapat sekitar 7000 benda koleksi museum yang dipamerkan. Selain itu, inovasi inovasi baru juga terus dilakukan oleh Museum Sri Baduga setiap tahunnya untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik pengunjung. Seperti pada tahun 2015, Museum Sri Baduga berinovasi dengan melengkapi lima unit multimedia digital pada museum, yang berguna untuk memamerkan jenis koleksi dalam bentuk digital (sumber: <http://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/15/12/30/o05uhx319-museum-sri-baduga-dilengkapi-multimedia-digital>). Adapun inovasi yang dilakukan oleh pihak Museum Sri Baduga mendapat respon positif dari masyarakat. Dikutip dari berita yang sama, Sajidin Aries sebagai Kepala Balai Pengelola Museum Sri Baduga Bandung menyatakan bahwa setelah museum dilengkapi dengan inovasi unit media digital jumlah pengunjung meningkat drastis di tahun yang sama, hingga mencapai 134.000 pengunjung. Jumlah tersebut sudah melebihi target awal yang ditetapkan yakni 120.000 pengunjung.

Inovasi demi inovasi kerap dilakukan Museum Sri Baduga untuk meningkatkan citra baik di masyarakat serta menarik pengunjung datang. Salah satu inovasi terbaru dilakukan di tahun 2017 yaitu kebijakan Pemprov Jabar yang mewajibkan tiap tahunnya agar sekolah di Jawa Barat melakukan wisata edukasi ke Museum Sri Baduga (<http://buanaindonesia.co.id/jabar/museum-sribaduga-targetkan-kenaikan-10-jumlah-kunjungan-pada-tahun-ini/>). Adapun kebijakan Pemprov Jabar mewajibkan agar setiap sekolah di Jawa Barat melakukan wisata edukasi ke Museum Sri Baduga ini, memunculkan satu hal baru yang juga diadaptasi di era digital. Dimana setiap siswa dan siswi kunjungan ditugaskan untuk membuat suatu video perjalanan atau *travel vlog* mengenai apa yang mereka pelajari di Museum Sri Baduga.



**Gambar 1.3**

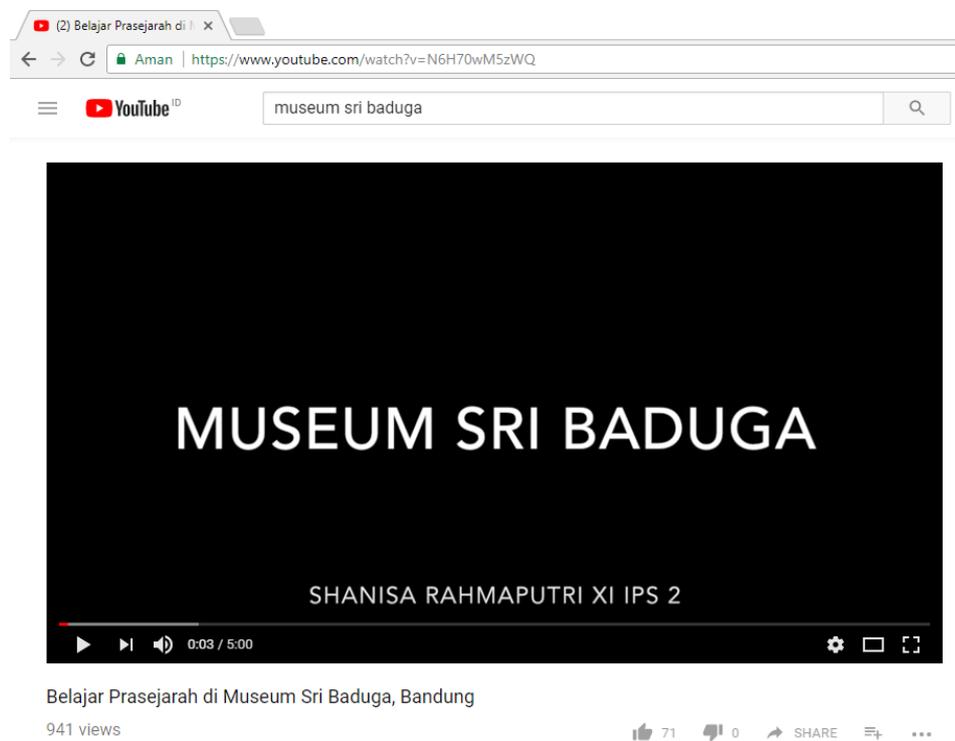
Video perjalanan siswa dan siswi ke Museum Sri Baduga

Sumber: Youtube “Fakhri Husnaini”

Fenomena munculnya berbagai *travel vlog* mengenai Museum Sri Baduga merupakan salah satu bentuk *citizen journalism* dengan menggunakan museum sebagai objek dari pemberitaan yang warga lakukan. Berdasarkan pra riset yang peneliti lakukan mengenai eksistensi *travel vlog* mengenai Museum Sri Baduga, melalui hasil pencarian dengan kata kunci “Museum Sri Baduga” terdapat hasil sebanyak 1.710 video, namun ketika kata pencarian diubah menjadi “Vlog Museum Sri Baduga” hasil yang muncul hanya sebanyak 373 video. Jumlah yang sangat

signifikan ini dipengaruhi oleh perubahan kata kunci pencarian. Setelah dianalisis lebih mendalam jumlah tersebut muncul karena penambahan kata “vlog” di pencarian dan memengaruhi hasil pencarian yang telah ditentukan oleh algoritma Youtube. Adapun, berdasarkan riset terdapat sejumlah travel vlog mengenai Museum Sri Baduga yang tidak mencantumkan kata “vlog” di depannya. Salah satunya yaitu video yang berjudul “Belajar Pra Sejarah di Museum Sri Baduga Bandung”.

Video *travel vlog* mengenai Museum Sri Baduga ini muncul dari salah satu channel youtube dengan nama “Shanisa Rahmaputri” yang menduduki *top search* teratas dengan 1.1K viewers. Selain itu berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan oleh peneliti, *vlog* mengenai Museum Sri Baduga ini merupakan salah satu dari sekian banyak *vlog* yang memenuhi prinsip *citizen journalism*. Dimana informasi yang disampaikan dalam vlog telah memuat unsur 5W1H dalam peliputan suatu berita. Dengan demikian *travel vlog* dengan judul “Belajar Pra Sejarah, di Museum Sri Baduga, Bandung” akan menjadi fokus dari penelitian yang akan digarap peneliti mengenai penerapan konsep *citizen journalism* dalam suatu *travel vlog*.



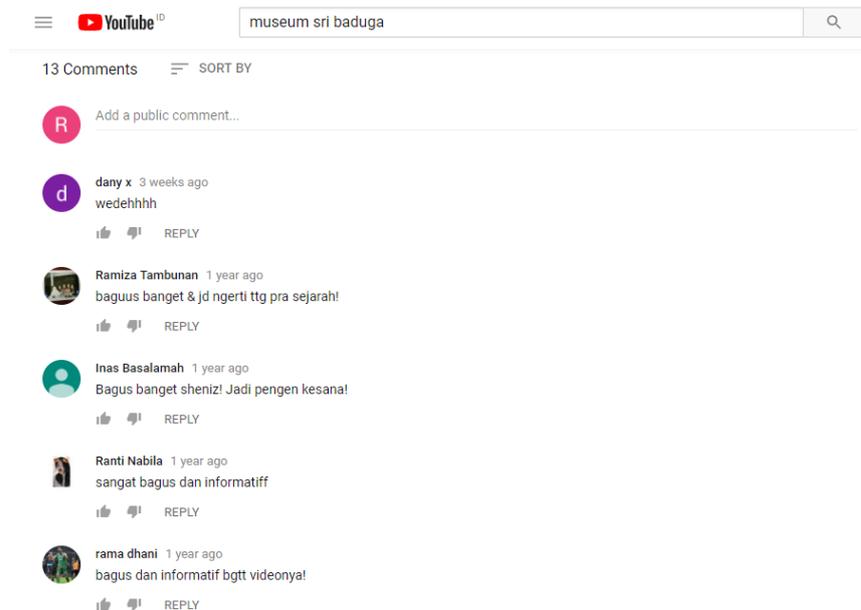
**Gambar 1.4**

*Travel vlog* mengenai Museum Sri Baduga.

Sumber: Youtube “Shanisa Rahmaputri”

Dalam membahas fokus penelitian yang telah ditentukan, penelitian ini akan mengulasnya secara ilmiah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatannya studi deskriptif. Hal ini bertujuan agar data dan informasi yang didapatkan dari hasil observasi dan wawancara dalam penelitian ini dapat diterima secara rinci dan spesifik. Selain itu, metode kualitatif membantu penulis dalam mendeskripsikan secara detail permasalahan dalam realitas sesungguhnya, sehingga penulis dapat menarik kesimpulan dan memberi solusi untuk penelitian.

*Travel vlog* mengenai Museum Sri Baduga yang diunggah oleh masyarakat membangun identitas dan citra positif mengenai museum, selain itu tentu saja mempromosikan salah satu objek wisata budaya dan sejarah sunda yang merupakan kepentingan publik. Bentuk kegiatan ini merupakan bagian dari *citizen journalism* dengan memfokuskan kepada jenis berita *soft news (feature)* yang pada dasarnya juga bertujuan untuk memengaruhi pandangan khalayak mengenai Museum Sri Baduga. Salah satu bentuk pemantau kekuasaan atau kontrol sosial yang muncul setelah hadirnya *travel vlog* ini adalah komentar-komentar yang tertera pada kotak komentar video ini. Terdapat setidaknya 13 komentar yang berisikan pendapat khalayak mengenai *travel vlog* ini ataupun Museum Sri Baduga.



**Gambar 1.5**

**Komentar pada Video “Belajar Pra Sejarah di Museum Sri Baduga”**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, travel vlog ini menerapkan konsep jurnalisme warga di dalamnya dari aspek penyampaian informasi hingga bentuk pengemasannya. Dengan demikian, penulis hendak mengangkat penelitian yang berjudul **“Penerapan Citizen Journalism Pada Konten Digital Vlog Youtube Mengenai Museum Sri Baduga”**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus dari penelitian ini adalah untuk menganalisa penerapan *citizen journalism* mengenai Museum Sri Baduga yang ditampilkan pada konten digital vlog youtube.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Dari paparan latar belakang serta fokus penelitian diatas, adapun pertanyaan penelitian yang akan digali dalam penelitian ini, yaitu

1. Bagaimana penerapan *citizen journalism* yang terdapat pada konten vlog “Belajar Pra Sejarah di Museum Sri Baduga, Bandung”?
2. Apakah travel vlog “Belajar Pra Sejarah di Museum Sri Baduga, Bandung” telah memenuhi prinsip *citizen journalism*?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan yang ingin dari penelitian ini, yaitu:

1. Mendeskripsikan penerapan konsep *citizen journalism* pada konten travel vlog “Belajar Pra Sejarah di Museum Sri Baduga”
2. Mengetahui prinsip *citizen journalism* pada konten travel vlog “Belajar Pra Sejarah di Museum Sri Baduga, Bandung”.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi kontribusi positif dan menjadi referensi dalam tinjauan ilmu komunikasi khususnya dalam *citizen journalism*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif didasarkan pada studi deskriptif. Hasilnya diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai konsep *citizen journalism* yang ditampilkan pada konten digital *travel vlog* mengenai Museum Sri Baduga, sehingga kedepannya

hasil penelitian ini dapat memperkaya penelitian yang sudah ada dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini memberikan pengalaman dan wawasan bagi penulis, dosen Ilmu Komunikasi serta Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Bagi pihak museum Sri Baduga dapat menjadi saran dan acuan evaluasi untuk meningkatkan kegiatan mereka kelola sebelumnya. Serta bagi warga non jurnalis dapat memberikan gambaran mengenai konsep *citizen journalism*.

## **1.6 Tahapan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian kualitatif, tahapan penelitian akan membantu peneliti menunjukkan arah dan panduan penelitian secara sistematis sehingga penelitian berjalan teratur dan memperoleh hasil yang maksimal. Menurut Moleong (2012:127) tahap penelitian kualitatif terdiri atas tahap penelitian secara umum dan tahap penelitian secara siklikal. Adapun pada penelitian ini, penulis menggunakan tahap penelitian kualitatif umum yang terdiri dari pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisis data.

### **1. Tahap Pra-Lapangan**

Pada tahap pra-lapangan penelitian ini, kegiatan yang dilakukan yaitu mengidentifikasi masalah dan menyusun rancangan penelitian berupa menggali informasi mengenai permasalahan dan memahami landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam tahap ini, peneliti telah melakukan riset mengenai Museum Sri Baduga melalui data di internet serta memahami landasan teori dan pemahaman mengenai konsep *citizen journalism* serta analisis konten digital melalui studi pustaka.

### **2. Tahap Pekerjaan Lapangan**

Pada tahap ini, peneliti harus memahami latar belakang permasalahan serta menguraikannya dalam pekerjaan lapangan yang berupa observasi, wawancara dan studi literatur sebagai metode pengumpulan data. Dalam hal ini persiapan diri secara mental maupun fisik sangat diperlukan untuk menunjang pekerjaan lapangan sehingga peneliti memperoleh data yang dibutuhkan untuk

penelitian. Di tahap ini, peneliti akan mengobservasi keadaan fisik Museum Sri Baduga serta melakukan studi literature mengenai *citizen journalism* dan juga analisis konten digital, kemudian melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait konsep *citizen journalism* pada vlog youtube.

### 3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, semua data berupa observasi, wawancara, maupun studi pustaka harus sudah terkumpul dan siap dianalisis menggunakan metode kualitatif studi deskriptif. Data akan dikelola dan dianalisis setelah itu peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data.

## **1.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Telkom yang terletak di Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buah Batu, Bandung.

### **1.7.2 Jadwal Penelitian**

Adapun jadwal penelitian diuraikan dalam bentuk tabel berikut.

Tabel 1.1

Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																			
		Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra Penelitian			■	■	■	■														
2	Merumuskan Masalah						■	■	■												
3	Penelitian Lapangan				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
4	Pengumpulan Data			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	Pengolahan Data							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Menyusun Proposal					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
7	Menyusun Skripsi							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■