

Strategi Pemanfaatan Video Dan Narasi Audio Pada Media Online Untuk Meningkatkan Engagement Penonton

Strategy Of Using Video And Audio Narration In Online Media To Increase Audience Engagement

Zakia Askanabila ¹⁾, Martha Heriniazwi Dianthi ²⁾, Yanto ³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ zakiaaskanabila494@gmail.com

How to Cite :

Askanabila. Z., Dianthi. M. H., Yanto. (2026). Strategi Pemanfaatan Video Dan Narasi Audio Pada Media Online Untuk Meningkatkan Engagement Penonton. Journal of Multidisciplinary Research. 2(4).

ARTICLE HISTORY

Received [22 Juni 2026]

Revised [29 Juli 2026]

Accepted [31 Juli 2026]

KEYWORDS

Audience Engagement, Audio Narratives, Media Strategy, News Videos, Online Media.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Bengkuluexpress.com dalam memanfaatkan video berita dan narasi audio untuk meningkatkan engagement penonton pada platform digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari lima orang yang terlibat langsung dalam proses produksi konten multimedia, yaitu General Manager, Pimpinan Redaksi, Content Manager, Editor Video, dan Voice Over. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan Uses and Gratifications Theory (UGT) untuk memahami hubungan antara strategi media dan kebutuhan penonton. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bengkuluexpress.com menerapkan strategi pengelolaan konten audiovisual melalui empat tahapan utama, yaitu perencanaan konten, proses produksi video dan narasi audio, distribusi konten secara multiplatform, serta evaluasi berdasarkan data engagement penonton. Narasi audio berperan penting dalam memperjelas informasi dan membangun storytelling yang membantu penonton memahami isi berita. Sementara itu, distribusi konten melalui berbagai platform digital seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok mampu memperluas jangkauan serta meningkatkan interaksi penonton. Kendala yang dihadapi antara lain aturan platform digital yang ketat, keterbatasan teknis produksi, serta penyesuaian format konten pada setiap platform. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan video dan narasi audio secara strategis mampu meningkatkan keterlibatan penonton sekaligus memperkuat daya saing media online lokal.

ABSTRACT

This study aims to analyze the strategy of Bengkuluexpress.com in utilizing news videos and audio narration to increase audience engagement on digital platforms. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. The research informants consisted of five individuals directly involved in the multimedia content production process, including the General Manager, Editor-in-Chief, Content Manager, Video Editor, and Voice Over. Data analysis used the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. This study applies the Uses and Gratifications Theory (UGT) to understand the relationship between media strategies and audience needs. The results show that Bengkuluexpress.com implements audiovisual content management strategies through four main stages: content planning, video and audio narration production, multiplatform content distribution, and evaluation based on audience engagement data. Audio narration plays an important role in clarifying information and building storytelling that helps viewers understand the news content. Meanwhile, distributing content across various digital

platforms such as Facebook, Instagram, YouTube, and TikTok expands reach and increases audience interaction. The challenges faced include strict digital platform regulations, technical production limitations, and content format adjustments for each platform. The study concludes that the strategic use of video and audio narration can significantly enhance audience engagement while strengthening the competitiveness of local online media.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat memperoleh dan mengonsumsi informasi. Media massa yang sebelumnya didominasi oleh media cetak dan elektronik kini mengalami transformasi menuju media digital berbasis internet. Media online hadir dengan berbagai keunggulan, seperti kecepatan penyebaran informasi, kemudahan akses, serta kemampuan menjangkau audiens secara luas tanpa dibatasi ruang dan waktu. Kondisi ini membuat media online menjadi salah satu sumber utama masyarakat dalam memperoleh berita dan informasi di era digital (Anugrafianto, 2023). Perkembangan media digital juga mendorong perubahan dalam cara penyajian berita. Jika sebelumnya berita disajikan dalam bentuk teks, kini media online mulai menggabungkan berbagai unsur multimedia seperti gambar, video, dan audio untuk meningkatkan daya tarik konten. Penggunaan video berita dinilai mampu menyampaikan informasi secara lebih jelas karena memadukan unsur visual dan suara sehingga penonton dapat memahami peristiwa yang diberitakan secara lebih konkret. Selain itu, narasi audio dalam video berita berfungsi membantu menjelaskan alur informasi, memperkuat pesan berita, serta meningkatkan pemahaman penonton terhadap isi informasi yang disampaikan (Rafeeq, 2025).

Pemanfaatan konten audiovisual dalam media online juga berkaitan dengan upaya meningkatkan keterlibatan atau *engagement* penonton. Dalam konteks media digital, *engagement* tidak hanya diukur dari jumlah penonton, tetapi juga dari berbagai bentuk interaksi seperti komentar, tanda suka (*likes*), dan pembagian ulang (*shares*). Penelitian menunjukkan bahwa konten berita berbasis video cenderung menghasilkan tingkat *engagement* yang lebih tinggi dibandingkan berita berbentuk teks, terutama pada kalangan penonton yang terbiasa mengonsumsi konten digital secara cepat dan visual (Hasballah & Assaf, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa strategi penyajian konten menjadi faktor penting dalam menarik perhatian serta mempertahankan minat penonton. Perubahan perilaku konsumsi media juga memperlihatkan bahwa penonton digital cenderung memilih konten yang praktis, visual, serta mudah dipahami. Menurut Safitri, Yulianti, dan Muzni (2024), penonton di era digital lebih tertarik pada konten yang interaktif dan komunikatif dibandingkan penyajian informasi yang bersifat konvensional. Oleh karena itu, media online dituntut untuk tidak hanya menyajikan informasi yang cepat, tetapi juga mengembangkan strategi konten yang mampu menyesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi penonton. *Bengkuluexpress.com* merupakan salah satu media online lokal di Provinsi Bengkulu yang aktif memanfaatkan konten video berita dan narasi audio dalam penyajian informasi. Media ini mempublikasikan berbagai konten audiovisual melalui platform digital seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok. Beberapa video berita yang dipublikasikan memperoleh tingkat interaksi penonton yang cukup tinggi, sementara sebagian lainnya masih menunjukkan tingkat *engagement* yang relatif rendah. Perbedaan tingkat keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan video dan narasi audio belum sepenuhnya dikelola secara strategis dan konsisten. Fenomena tersebut menjadi menarik untuk dikaji karena media lokal menghadapi tantangan yang berbeda dibandingkan media nasional, seperti keterbatasan sumber daya manusia, kemampuan teknis produksi multimedia, serta kebutuhan untuk memahami preferensi audiens lokal. Penelitian mengenai strategi pemanfaatan video dan narasi audio pada media online lokal masih relatif terbatas, padahal strategi tersebut memiliki potensi besar dalam meningkatkan keterlibatan penonton serta memperkuat daya saing media di era digital (Fajarini, Kurniawati, & Yuliani, 2025).

LANDASAN TEORI

Media Online

Media merupakan sarana komunikasi yang berfungsi menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Dalam perkembangan teknologi informasi, media mengalami transformasi dari media konvensional menuju media digital berbasis internet. Media online memungkinkan informasi disampaikan secara cepat serta dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital. Selain itu, media online memiliki karakteristik interaktif yang memungkinkan audiens memberikan respons secara langsung terhadap konten yang dipublikasikan, seperti melalui komentar, tanda suka, maupun berbagi konten (Anugrafianto, 2023). Keunggulan tersebut membuat media online menjadi salah satu sumber utama masyarakat dalam memperoleh informasi di era digital.

Video Berita

Video berita merupakan bentuk penyajian berita yang memadukan unsur visual, audio, dan narasi dalam satu kesatuan informasi. Penyajian berita dalam bentuk video dinilai lebih efektif karena mampu menampilkan peristiwa secara nyata melalui gambar bergerak serta suara yang mendukung penjelasan informasi. Menurut Rafeeq (2025), video berita memiliki kemampuan untuk meningkatkan pemahaman audiens karena informasi tidak hanya disampaikan secara verbal, tetapi juga melalui visual yang memberikan gambaran langsung mengenai suatu peristiwa. Oleh karena itu, banyak media online mulai memanfaatkan video berita sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik konten.

Narasi Audio dalam Berita

Narasi audio merupakan penyampaian informasi melalui suara yang biasanya disajikan dalam bentuk *voice over* pada video berita. Narasi audio berfungsi menjelaskan kronologi peristiwa serta memperkuat pesan yang ingin disampaikan kepada penonton. Selain membantu penonton memahami informasi secara lebih jelas, narasi audio juga dapat meningkatkan kualitas storytelling dalam penyajian berita digital. Menurut Mudra (2025), penggunaan narasi audio dalam konten audiovisual mampu meningkatkan kejelasan informasi serta membantu audiens memahami isi berita secara lebih sistematis.

Engagement Penonton

Engagement merupakan bentuk keterlibatan audiens terhadap suatu konten yang ditunjukkan melalui berbagai bentuk interaksi, seperti jumlah tayangan, komentar, tanda suka (*likes*), serta pembagian ulang (*shares*). Dalam konteks media digital, engagement menjadi indikator penting untuk menilai keberhasilan suatu konten. Penelitian Hasballah, et al (2025) menunjukkan bahwa konten berita berbasis video cenderung menghasilkan tingkat engagement yang lebih tinggi dibandingkan konten berbasis teks. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penyajian konten menjadi faktor penting dalam menarik perhatian serta mempertahankan minat penonton.

Uses and Gratifications Theory (UGT)

Uses and Gratifications Theory merupakan salah satu teori dalam komunikasi massa yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, et al (1973). Teori ini memandang audiens sebagai pihak yang aktif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial. Dalam konteks media digital, audiens memiliki kebebasan untuk memilih jenis konten dan platform yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, media harus mampu menyajikan konten yang relevan dengan kebutuhan audiens agar dapat meningkatkan keterlibatan penonton.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam strategi pemanfaatan video berita dan narasi audio pada media online Bengkuluekspress.com dalam meningkatkan engagement penonton. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya memahami fenomena yang terjadi secara alamiah berdasarkan pengalaman dan pandangan informan yang terlibat langsung dalam proses produksi konten multimedia. Penelitian deskriptif digunakan untuk menjelaskan proses strategi media secara sistematis dan faktual sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pihak yang terlibat dalam proses produksi konten multimedia di Bengkuluekspress.com. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling, yaitu memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan serta keterlibatan langsung dalam pengelolaan video berita dan narasi audio. Informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang yang terdiri dari General Manager, Pimpinan Redaksi, Content Manager, Editor Video, dan Voice Over Bengkuluekspress.com. Pemilihan informan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki peran penting dalam proses perencanaan, produksi, serta distribusi konten video berita.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung dari informan mengenai strategi pemanfaatan video berita dan narasi audio dalam meningkatkan engagement penonton. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung proses produksi konten multimedia di Bengkuluekspress.com, mulai dari tahap perencanaan hingga publikasi konten pada berbagai platform digital. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data pendukung seperti video berita yang telah dipublikasikan, data interaksi penonton, serta arsip publikasi yang relevan dengan penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, et al (2019), yang terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data

dilakukan dengan cara memilih serta menyederhanakan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi agar fokus pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dengan menyusun data dalam bentuk uraian deskriptif sehingga memudahkan peneliti dalam memahami hubungan antar informasi yang diperoleh.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara bertahap dengan melakukan verifikasi terhadap data yang telah dikumpulkan sehingga menghasilkan temuan penelitian yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk meningkatkan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber serta metode pengumpulan data, seperti hasil wawancara dengan informan, hasil observasi lapangan, serta dokumen yang relevan dengan penelitian. Melalui proses tersebut, diharapkan data yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi serta mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi pemanfaatan video dan narasi audio dalam meningkatkan engagement penonton pada media online Bengkuluekspress.com.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bengkuluekspress.com memanfaatkan video berita dan narasi audio sebagai salah satu strategi utama dalam meningkatkan engagement penonton pada platform digital. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, pengelolaan konten audiovisual dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu perencanaan konten, proses produksi video dan narasi audio, distribusi konten melalui berbagai platform digital, serta evaluasi berdasarkan data interaksi penonton. Setiap tahapan melibatkan kerja sama antara manajemen, redaksi, dan tim multimedia sehingga proses produksi konten dapat berjalan secara terkoordinasi.

Pada tahap perencanaan konten video, tim redaksi Bengkuluekspress.com melakukan diskusi internal untuk menentukan isu berita yang akan diproduksi dalam bentuk video. Pemilihan topik biasanya didasarkan pada nilai aktualitas berita serta potensi ketertarikan penonton terhadap isu tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang berkaitan dengan peristiwa aktual, seperti hard news dan breaking news, cenderung diprioritaskan untuk diproduksi dalam bentuk video karena dinilai lebih menarik bagi penonton. Selain itu, proses perencanaan juga melibatkan pengawasan dari pimpinan redaksi dan manajemen untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi sesuai dengan standar jurnalistik serta tidak melanggar aturan platform digital.

Pada tahap produksi, video berita dipadukan dengan narasi audio yang disampaikan melalui teknik voice over. Narasi audio berfungsi untuk menjelaskan kronologi peristiwa serta memperkuat pesan informasi yang disampaikan dalam video. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan narasi audio membantu penonton memahami isi berita dengan lebih jelas serta meningkatkan kualitas storytelling dalam video berita.

Narasi audio juga disesuaikan dengan karakter berita yang disampaikan, baik dari segi intonasi suara, tempo bicara, maupun gaya penyampaian informasi. Pada tahap distribusi konten, Bengkuluekspress.com memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok untuk menyebarkan video berita kepada penonton. Distribusi konten dilakukan melalui strategi multiplatform dengan mempertimbangkan waktu unggah serta karakteristik pengguna pada setiap platform. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi distribusi ini mampu memperluas jangkauan penonton sekaligus meningkatkan potensi interaksi terhadap konten yang dipublikasikan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat engagement penonton menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan konten video yang dipublikasikan. Engagement diukur melalui berbagai bentuk interaksi, seperti jumlah penonton, komentar, tanda suka, dan pembagian ulang konten. Data interaksi tersebut kemudian dijadikan bahan evaluasi oleh tim redaksi untuk mengetahui jenis konten yang paling diminati oleh penonton. Video yang memperoleh tingkat interaksi tinggi biasanya dijadikan acuan dalam produksi konten berikutnya.

Penelitian ini juga menemukan beberapa kendala dalam proses produksi video dan narasi audio. Kendala tersebut berkaitan dengan aturan platform digital yang semakin ketat, keterbatasan teknis produksi, serta penyesuaian format konten pada setiap platform media sosial. Untuk mengatasi hal tersebut, tim redaksi Bengkuluekspress.com melakukan koordinasi internal serta berupaya meningkatkan kualitas produksi konten audiovisual agar tetap sesuai dengan standar jurnalistik dan kebutuhan penonton. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan video berita yang dipadukan dengan narasi audio mampu membuat penyajian informasi menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh penonton. Hal ini mendorong peningkatan interaksi penonton terhadap konten berita yang dipublikasikan melalui berbagai platform digital.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemanfaatan video berita dan narasi audio pada Bengkuluekspress.com berperan penting dalam meningkatkan engagement penonton pada platform digital. Strategi ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu perencanaan konten, produksi video dan narasi audio, distribusi konten melalui berbagai platform digital, serta evaluasi berdasarkan data interaksi penonton. Temuan ini menunjukkan bahwa penyajian berita dalam format audiovisual tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai strategi media untuk menarik perhatian serta mempertahankan minat penonton di tengah persaingan media digital yang semakin ketat. Dalam perspektif Uses and Gratifications Theory (UGT), penonton dipandang sebagai individu yang aktif dalam memilih media dan jenis konten yang ingin mereka konsumsi untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, hiburan, maupun interaksi sosial. Katz, Blumler, et al (1973) menjelaskan bahwa audiens secara sadar memilih media yang mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan video berita dan narasi audio mampu memenuhi kebutuhan penonton akan informasi yang cepat, jelas, serta mudah dipahami. Penyajian berita dalam bentuk audiovisual memberikan pengalaman yang lebih menarik dibandingkan dengan penyajian berita dalam bentuk teks semata. Penggunaan narasi audio dalam video berita juga memperkuat kualitas storytelling dalam penyajian informasi. Narasi audio membantu menjelaskan kronologi peristiwa serta memperjelas pesan berita yang disampaikan kepada penonton. Hal ini sejalan dengan pendapat Mudra (2025) yang menyatakan bahwa narasi audio dalam konten audiovisual dapat meningkatkan pemahaman audiens terhadap informasi yang disampaikan.

Dengan adanya narasi audio, penonton tidak hanya melihat visual peristiwa, tetapi juga memperoleh penjelasan yang sistematis mengenai isi berita. Strategi distribusi konten yang dilakukan melalui berbagai platform digital juga berperan dalam meningkatkan jangkauan serta interaksi penonton. Bengkuluekspress.com memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok untuk menyebarkan konten video berita kepada audiens yang lebih luas. Penyesuaian format serta waktu unggah pada setiap platform menunjukkan bahwa media online perlu memahami karakteristik pengguna pada masing-masing platform agar konten yang dipublikasikan dapat menjangkau penonton secara optimal. Penelitian Hasballah, et al (2025) menunjukkan bahwa distribusi konten video melalui media sosial dapat meningkatkan engagement audiens karena memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara media dan penonton.

Selain itu, evaluasi berdasarkan data engagement penonton menjadi bagian penting dalam strategi pengelolaan konten media digital. Data interaksi seperti jumlah penonton, komentar, tanda suka, dan pembagian ulang konten digunakan oleh tim redaksi sebagai bahan evaluasi untuk menentukan strategi konten berikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa media online tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga harus mampu memahami preferensi audiens dalam mengonsumsi konten digital. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan video berita dan narasi audio dapat meningkatkan daya tarik konten berita serta mendorong keterlibatan penonton pada platform digital. Kombinasi antara unsur visual dan audio dalam penyajian berita membuat informasi menjadi lebih komunikatif, menarik, dan mudah dipahami oleh penonton. Oleh karena itu, strategi pemanfaatan konten audiovisual menjadi salah satu pendekatan yang penting bagi media online dalam meningkatkan engagement penonton di era digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemanfaatan video berita dan narasi audio pada Bengkuluekspress.com berperan penting dalam meningkatkan engagement penonton pada platform digital. Strategi tersebut diterapkan melalui proses perencanaan konten yang mempertimbangkan nilai aktualitas berita, pengemasan video yang dipadukan dengan narasi audio untuk memperjelas informasi, serta distribusi konten melalui berbagai platform media sosial guna memperluas jangkauan audiens. Pendekatan ini mampu membuat penyajian berita menjadi lebih menarik, komunikatif, dan mudah dipahami oleh penonton. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan konten audiovisual mendorong meningkatnya interaksi penonton yang terlihat dari jumlah tayangan, komentar, tanda suka, dan pembagian ulang konten. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penyajian berita yang memanfaatkan video dan narasi audio dapat menjadi salah satu pendekatan efektif bagi media online dalam meningkatkan keterlibatan audiens di era digital. Temuan ini memperlihatkan bahwa media online perlu menyesuaikan strategi kontennya dengan kebutuhan dan preferensi penonton agar mampu mempertahankan perhatian audiens di tengah persaingan media digital. Maka dari itu pemanfaatan video

berita dan narasi audio tidak hanya meningkatkan engagement penonton, tetapi juga menunjukkan pentingnya inovasi dalam penyajian konten jurnalistik pada media digital. Strategi serupa juga berpotensi diterapkan oleh media online lainnya, khususnya media lokal, sebagai upaya meningkatkan daya tarik konten serta memperkuat hubungan antara media dan audiens di lingkungan digital.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, media online Bengkuluekspress.com disarankan untuk terus mengembangkan strategi pemanfaatan konten audiovisual, khususnya melalui peningkatan kualitas produksi video berita dan narasi audio agar penyajian informasi menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh penonton. Selain itu, penggunaan data analitik seperti jumlah tayangan, tingkat retensi penonton, serta pola interaksi audiens dapat dimanfaatkan secara lebih optimal sebagai dasar dalam merancang strategi konten yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi penonton di berbagai platform digital. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya terkait pemanfaatan multimedia dalam jurnalisme online. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian ini dengan menggunakan pendekatan yang berbeda, seperti pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara lebih spesifik pengaruh konten video dan narasi audio terhadap tingkat engagement penonton. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat dilakukan pada media online lain atau pada wilayah yang berbeda untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai strategi pemanfaatan konten audiovisual dalam meningkatkan keterlibatan audiens. Hal tersebut diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah mengenai strategi media digital serta memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku audiens dalam mengonsumsi berita di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkia, A. R. S. (2025). Praktik multimedia dalam jurnalisme online di Indonesia: Kajian praktik wartawan multimedia di cnnindonesia.com, rappler.com, dan tribunnews.com. *Jurnal Komunikasi*, 10(1).
- Al Karomy, M. Z. A. (2025). Analysis of local news production process. Universitas Islam Indonesia.
- Anugrafiyanto, T. R. (2023). Analisis dampak media digital terhadap pola konsumsi berita generasi milenial di Indonesia. *Amerta Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(3), 21–25. <https://ejournal.amertamedia.co.id/index.php/amerta/article/view/222>
- Fajarini, S. D., Kurniawati, J., & Yuliani, F. (2025). Transisi media tradisional ke digital: Studi kasus pada media lokal di Bengkulu. *Jurnal Khobar: Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(1), 551–568.
- Hasballah, R., & Assaf, R. A. (2025). Pengaruh format penyajian berita berupa video di YouTube dan teks di website terhadap engagement audiens di media Pikiran Rakyat. *Indonesian Journal of Social Science and Education*, 1(3), 638–648.
- Himma-Kadakas, M., & Ferrer-Conill, R. (2022). Is news engagement worthwhile? Studying young audiences' engagement with YouTuber-like news content. *Nordicom Review*, 43(2), 152–170.
- Irwan, & Purnama Sari, J. (2022). Peranan komunikasi massa dalam penyampaian informasi pada masyarakat Kampung Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor. *Copi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1).
- Karunia H., H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena penggunaan media sosial: Studi pada teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104.
- Mudra, I. (2025). Audio versions of news on online media websites: Current state and prospects. *SJS – Scientific Journal Series*, 2(10), 18–22. <https://doi.org/10.23939/sjs2025.02.018>
- Rafeeq, A. (2025). Multimedia storytelling in online journalism: Analysing multimedia use on the websites TheGuardian.com, TheNationalnews.com, USAToday.com, and Stuff.co.nz. *Media*, 6(3), 157.
- Rafeeq, M. (2025). The impact of multimedia news videos on viewer retention and engagement. *International Journal of Digital Media*, 18(1), 33–49.
- Rahmadani, P. (2020). Penerapan multimedia interaktif dalam penyajian berita untuk meningkatkan rating penayangan. *Jurnal Teknologi Komunikasi*, 7(2), 88–99.
- Riasanti Mola, M. S. (2025). Analisis interaksi audiens terhadap konten berita internasional di Instagram ANTARA News. *Jurnalistik dan Media*, 1(2). <https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/jjm/article/view/8093>
- Saefuloh, A. (2025). Transformasi media komunikasi dalam menyebarkan informasi secara efektif di era digitalisasi global. *Journal Central Publisher*, 1(12), 1404–1408.
- Safitri, O., Yuliati, & Muzni, N. (2024). Analisis fenomenologi audiens dalam media digital. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(2).
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Walia, C. K. (2025). Uses and Gratifications Theory and media consumption patterns. *Mass Communication Journal*, 6(1), 35–250. <https://doi.org/10.22271/27084450.2025.v6.i1c.138>