



## PERLUASAN JANGKAUAN AUDIENS TELEVISI MELALUI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS LIVE STREAMING PROGRAM BERITA MALAM METRO TV DI TIKTOK)

**Alfarel Prapto Wibowo<sup>a\*</sup>, Makroen Sanjaya<sup>b</sup>**

<sup>a</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Komunikasi : [alfarelprapto@gmail.com](mailto:alfarelprapto@gmail.com),  
Universitas Muhammadiyah Jakarta

<sup>b</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Komunikasi; [makroen.sanjaya@umj.ac.id](mailto:makroen.sanjaya@umj.ac.id), Universitas Muhammadiyah  
Jakarta

\* Penulis Korespondensi: Alfarel Prapto Wibowo

### ABSTRACT

*The development of digital technology has shifted media consumption patterns from conventional television to digital platforms such as TikTok. This change requires television stations to adapt their content distribution strategies to remain relevant and maintain audience engagement. Metro TV utilizes the TikTok live streaming feature to expand the reach of its evening news program and attract digital audiences. This study aims to analyze how Metro TV expands its audience reach through live streaming on TikTok and how interaction with digital viewers is formed. This research uses a qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The study focuses on the strategy used by Metro TV in adapting television news content into digital formats suitable for TikTok. The results show that Metro TV modifies television content into shorter, lighter, and more interactive formats that match the characteristics of TikTok users. Live streaming also enables real-time interaction through comments and live chat features. These interactions create two-way communication between broadcasters and audiences, which increases engagement and audience loyalty. The study concludes that live streaming on TikTok is an effective strategy to expand television audience reach, particularly among younger generations who increasingly consume news through digital platforms.*

**Keywords:** Television; Social Media; TikTok; Live Streaming; Audience Reach

### Abstrak

*Perkembangan teknologi digital telah menggeser pola konsumsi media dari televisi konvensional ke platform digital seperti TikTok. Perubahan ini menuntut stasiun televisi untuk beradaptasi dalam mendistribusikan konten agar tetap relevan dan mampu mempertahankan perhatian audiens. Metro TV memanfaatkan fitur live streaming pada platform TikTok sebagai strategi untuk memperluas jangkauan audiens pada program berita malam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Metro TV memperluas jangkauan audiens melalui live streaming di TikTok serta bagaimana bentuk interaksi yang terjalin dengan penonton digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Metro TV melakukan adaptasi konten televisi ke dalam format digital yang lebih singkat, ringan, dan interaktif sesuai dengan karakteristik pengguna TikTok. Fitur komentar dan live chat memungkinkan komunikasi dua arah antara penyiar dan audiens sehingga meningkatkan engagement serta loyalitas audiens. Penelitian ini menunjukkan bahwa live streaming di TikTok menjadi strategi efektif dalam memperluas jangkauan audiens televisi di era digital.*

**Kata Kunci:** Televisi; Media Sosial; TikTok; Live Streaming; Audiens

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam industri media massa. Media televisi yang sebelumnya menjadi sumber utama informasi kini menghadapi persaingan dengan berbagai platform digital yang menawarkan kemudahan akses informasi secara cepat dan fleksibel.

Perubahan ini juga memengaruhi pola konsumsi media masyarakat yang semakin beralih dari media konvensional ke media digital.

Salah satu platform digital yang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok. Awalnya platform ini dikenal sebagai media hiburan berbasis video pendek, namun kini berkembang menjadi sarana penyebaran informasi dan berita. Banyak organisasi media memanfaatkan TikTok untuk mendistribusikan konten mereka kepada audiens yang lebih luas.

Metro TV sebagai salah satu stasiun televisi berita di Indonesia turut beradaptasi dengan perkembangan tersebut. Salah satu strategi yang dilakukan adalah menyiarkan program berita malam melalui fitur live streaming di TikTok. Program-program seperti Top News, Prime Time News, dan Meet Nite Live tidak hanya disiarkan melalui televisi tetapi juga melalui platform digital.

Strategi ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta menarik minat generasi muda yang lebih aktif menggunakan media sosial dibandingkan menonton televisi konvensional. Dengan memanfaatkan fitur live streaming, Metro TV tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membangun interaksi langsung dengan penonton melalui komentar dan fitur live chat.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi Metro TV dalam memanfaatkan live streaming di TikTok untuk memperluas jangkauan audiens serta membangun interaksi dengan penonton digital.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan melalui media massa kepada khalayak luas. Media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, pendidikan, hiburan, serta kontrol sosial dalam masyarakat. Dalam kajian komunikasi, komunikasi massa melibatkan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada audiens dalam jumlah besar melalui saluran media seperti televisi, radio, surat kabar, maupun media digital. Menurut McQuail, media massa memiliki beberapa fungsi utama dalam kehidupan masyarakat, yaitu sebagai sarana penyampaian informasi, pembentukan identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta sebagai media hiburan. Selain itu, McQuail juga menekankan bahwa audiens bukanlah pihak yang pasif dalam menerima pesan media, melainkan individu yang aktif dalam memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhan yang ingin dipenuhi, baik kebutuhan informasi, emosional, sosial, maupun rekreatif.

Dalam konteks komunikasi massa, televisi merupakan salah satu media yang memiliki pengaruh besar karena mampu menyampaikan pesan secara audio-visual. Keunggulan televisi terletak pada kemampuannya menjangkau audiens yang luas tanpa dibatasi oleh jarak dan ruang. Selain itu, televisi juga memiliki kecepatan dalam menyampaikan informasi, khususnya dalam program berita yang bersifat aktual dan faktual. Dengan kombinasi unsur gambar dan suara, televisi menjadi media yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat yang beragam latar belakangnya. Perkembangan teknologi digital kemudian membawa perubahan pada sistem komunikasi massa, khususnya dalam industri penyiaran televisi. Televisi tidak lagi hanya mengandalkan siaran konvensional, tetapi juga memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas distribusi kontennya. Pergeseran ini mencerminkan fenomena konvergensi media yang menjadi kerangka penting dalam memahami strategi distribusi konten televisi saat ini. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan interaksi dengan audiens. Dalam penelitian ini, fenomena pemanfaatan media sosial oleh televisi dapat dipahami melalui konsep konvergensi media. Konvergensi media merupakan proses penggabungan berbagai platform media sehingga konten dapat didistribusikan melalui berbagai saluran secara bersamaan. Konsep ini menunjukkan bahwa media tradisional seperti televisi mulai beradaptasi dengan teknologi digital agar tetap relevan di tengah perubahan pola konsumsi media.

### 2.2 Broadcasting

Broadcasting adalah proses penyiaran informasi melalui media elektronik seperti radio dan televisi. Dalam perkembangan teknologi digital, konsep broadcasting tidak lagi terbatas pada televisi dan radio, tetapi juga mencakup platform digital seperti media sosial dan layanan streaming. Menurut Rachman (2016), penyiaran merupakan aktivitas yang berkaitan dengan penyelenggaraan siaran melalui media radio maupun televisi yang dilakukan oleh lembaga penyiaran untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Sementara

itu, Wahyudi (1996) menjelaskan bahwa broadcasting adalah proses komunikasi yang berlangsung dari satu titik sumber kepada audiens yang besar melalui teknologi pemancaran gelombang elektromagnetik atau frekuensi tertentu. Melalui sistem ini, pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima secara bersamaan oleh banyak orang yang berada di berbagai wilayah.

Dalam praktiknya, broadcasting tidak hanya melibatkan proses penyampaian pesan, tetapi juga mencakup aspek teknis dan manajerial dalam produksi siaran. Penyiaran melibatkan berbagai komponen seperti perencanaan program, produksi konten, hingga distribusi siaran kepada audiens. Televisi sebagai media broadcasting memiliki karakteristik audio-visual yang memungkinkan penyampaian informasi secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, praktik broadcasting mengalami transformasi yang signifikan. Penyiaran tidak lagi hanya dilakukan melalui frekuensi televisi atau radio konvensional, tetapi juga melalui platform digital seperti media sosial dan layanan streaming. Hal ini memungkinkan lembaga penyiaran untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta menciptakan interaksi yang lebih aktif antara media dan penonton.

### **2.3 Live Streaming**

Live streaming adalah teknologi yang memungkinkan penyiaran konten secara langsung melalui internet. Fitur ini memungkinkan audiens untuk menonton siaran secara real-time serta berinteraksi langsung dengan penyiar melalui fitur komentar atau live chat. Kehadiran teknologi ini menjadi bagian dari perkembangan media digital yang memberikan pengalaman komunikasi yang lebih interaktif antara pembuat konten dan audiens.

Menurut Denis McQuail (2011), perkembangan media digital telah mengubah pola komunikasi massa dari yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi lebih interaktif. Media digital memungkinkan audiens untuk berpartisipasi secara langsung dalam proses komunikasi melalui berbagai fitur interaksi yang tersedia pada platform media sosial. Dalam konteks ini, live streaming menjadi salah satu bentuk komunikasi media baru yang memungkinkan penyampaian pesan secara langsung sekaligus membuka ruang bagi audiens untuk memberikan respons secara real-time.

Selain itu, live streaming juga menjadi salah satu bentuk konvergensi media yang menggabungkan fungsi penyiaran dengan teknologi internet. Melalui fitur ini, lembaga media tidak hanya menyampaikan informasi secara cepat, tetapi juga membangun kedekatan dengan audiens melalui interaksi langsung selama proses siaran berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah memperluas praktik penyiaran dari media konvensional seperti televisi menuju platform digital yang lebih interaktif dan partisipatif.

Dalam praktiknya, pemanfaatan live streaming pada platform media sosial seperti TikTok memungkinkan lembaga media untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif menggunakan media sosial. Dengan demikian, live streaming tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi strategi komunikasi media menjadi strategi komunikasi media untuk membangun keterlibatan audiens

## **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami fenomena secara mendalam terkait strategi Metro TV dalam memanfaatkan TikTok sebagai media distribusi konten berita. Penelitian dilakukan pada platform TikTok Metro TV dengan fokus pada program berita malam yang disiarkan melalui live streaming. Penelitian ini melibatkan dua informan utama yang dipilih secara purposif, yaitu seorang Eksekutif Produser Metro TV dan seorang pakar media digital, serta didukung oleh observasi dan dokumentasi, observasi terhadap aktivitas live streaming, serta dokumentasi berupa tangkapan layar dan data interaksi penonton. Informan dalam penelitian ini antara lain Eksekutif Produser Metro TV serta pakar media digital yang memberikan perspektif tambahan mengenai strategi distribusi konten digital. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan secara bertahap sehingga diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Metro TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta nasional yang fokus utamanya adalah pada penyiaran berita dan informasi. Stasiun televisi ini mulai mengudara pada tanggal 25 November 2000 dan dikenal

sebagai televisi berita pertama di Indonesia yang menyiarkan program selama 24 jam penuh tanpa diselingi tayangan hiburan umum seperti sinetron. Metro TV berada di bawah naungan Media Group, sebuah perusahaan media yang juga membawahi berbagai unit bisnis di bidang media cetak dan digital. Sejak awal kemunculannya, Metro TV mengusung identitas sebagai media yang mengedepankan pemberitaan aktual, analisis mendalam, serta edukasi publik. Dengan slogan “Knowledge to Elevate,” Metro TV menghadirkan berbagai program yang membahas isu-isu nasional dan internasional dari berbagai perspektif. Dalam perkembangannya, Metro TV terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan perubahan pola konsumsi media masyarakat melalui kehadiran di berbagai platform digital, seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Secara geografis, kantor pusat Metro TV berlokasi di Gedung Media Group Jalan Pilar Mas Raya Kavling A–D, Kedoya Selatan, Kecamatan Kebon Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Kode Pos 11520.



Gambar 1 : Sumber: *Dokumentasi Peneliti, 2025*

#### 4.2 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, Metro sebagai program unggulan dalam penyampaian informasi aktual kepada masyarakat. Program-program ini disiarkan secara rutin dan menjadi bagian penting dalam strategi distribusi konten Metro TV. Dalam perkembangannya, program berita malam tersebut tidak hanya ditayangkan melalui televisi terestrial, tetapi juga didistribusikan melalui platform digital, khususnya TikTok. Hal ini menunjukkan adanya perubahan dalam sistem penyiaran, di mana satu konten dapat disalurkan melalui berbagai media secara bersamaan.

Jam	Acara
06:05WIB	Metro Sport
06:30WIB	Editorial Media Indonesia
07:30WIB	Go Healthy
08:05WIB	Metro Xinwen
08:30WIB	Selamat Pagi Indonesia
10:30WIB	Go Healthy
11:05WIB	Metro Siang
13:05WIB	Kontroversi
14:05WIB	Newsline
15:05WIB	Zona Bisnis
15:30WIB	Follow-Up
16:05WIB	Metro Hari Ini
17:30WIB	Prime Time News

Gambar 2 : Sumber: *Jadwaltv.net*

Pembahasan dalam penelitian ini diperoleh dari data dan fakta yang ditemukan di lapangan, serta dianalisis menggunakan teori yang telah dikaji dalam kajian pustaka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana peneliti mengandalkan informan sebagai sumber utama data untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi Metro TV dalam memperluas jangkauan audiens melalui siaran langsung (live streaming) di platform TikTok, khususnya pada program-program berita malam seperti Top News, Meet Nite Live, dan Prime Time News. Informan yang dipilih dalam penelitian ini merupakan pihak-pihak yang memiliki keterlibatan langsung maupun pemahaman mendalam terhadap program berita malam Metro TV dan strategi media digital. Proses pengumpulan data dilakukan melalui

wawancara langsung (offline), yang dilaksanakan pada bulan Juli 2025. Hasil penelitian ini dianalisis berdasarkan hasil wawancara dengan key informan dan informan triangulasi, yang memiliki sudut pandang berbeda namun saling melengkapi.

Wawancara dengan para informan meliputi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan bagaimana Metro TV menyusun strategi distribusi konten siaran berita malam melalui TikTok, bagaimana penyajian kontennya diadaptasi agar sesuai dengan karakteristik audiens digital, serta bagaimana Metro TV membangun interaksi dengan pengguna TikTok selama siaran berlangsung. Penjelasan dari kedua informan menjadi dasar dalam menjelaskan fenomena penyebaran konten berita televisi melalui platform media sosial, yang menjadi bagian dari strategi perluasan jangkauan audiens televisi terestrial di era digital.

### 4.3 Pembahasan

#### 4.3.1 Program Berita Malam di Metro TV

Metro TV memiliki beragam program yang mengisi slot tayang malam hari, mencakup program berita hingga talkshow, yang masing-masing memiliki isi, jadwal tayang, dan pendekatan penyajian yang berbeda sesuai karakteristik audiensnya. Program-program tersebut antara lain Meet Nite Live, Top News, Prime Time News, Q&A, dan Kick Andy. Kelima program ini hadir untuk menjawab kebutuhan informasi dan hiburan dengan sudut pandang jurnalistik yang khas. Metro TV memiliki beragam program yang mengisi slot tayang malam hari, mulai dari program berita hingga talkshow, yang masing-masing disusun dengan isi, waktu tayang, dan pendekatan penyajian yang disesuaikan dengan karakteristik audiensnya. Program-program seperti Meet Nite Live, Top News, Prime Time News, Q&A, dan Kick Andy dirancang untuk menjawab kebutuhan informasi dan hiburan pemirsa malam dengan tetap mempertahankan sudut pandang jurnalistik yang khas.

Meet Nite Live, yang juga dikenal sebagai versi siaran langsung dari Midnight Live, merupakan program berita malam yang disajikan secara lebih komunikatif dan ringan. Program ini membahas isu-isu aktual yang terjadi dalam satu hari, dengan penyampaian yang disesuaikan untuk generasi muda, khususnya pengguna media sosial. Dengan gaya bahasa yang santai dan sering kali menyertakan analogi populer, program ini tayang pada pukul 23.30 WIB dan menjadi konten utama yang dikembangkan dalam format live streaming di TikTok oleh Metro TV. Dengan pendekatan seperti ini, Meet Nite Live tidak hanya sekadar menjadi perpanjangan dari siaran berita televisi ke platform digital, tetapi juga bertransformasi menjadi konten yang dikemas ulang sesuai karakteristik pengguna TikTok. Konten berita disajikan dalam narasi yang lebih komunikatif dan visual yang menarik, sehingga mampu bersaing dengan 43 konten non-berita di platform tersebut. Strategi ini menjadi bagian dari langkah Metro TV dalam menjangkau segmen audiens baru yang lebih muda dan aktif di media sosial, sekaligus menjaga relevansi program berita malam di tengah pergeseran pola konsumsi media saat ini.



**Gambar 3 Program Meet Nite Live**  
*Sumber (Live Streaming Tiktok @metro\_tv)*

#### 4.3.2 Media Sosial TikTok Metro TV

Metro TV sebagai salah satu stasiun televisi berita nasional turut memanfaatkan perkembangan media digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang lebih aktif di platform media sosial. Salah satu bentuk adaptasi Metro TV terhadap transformasi digital adalah melalui kehadirannya di aplikasi TikTok dengan akun resmi bernama @metro\_tv. Hingga saat ini, akun TikTok Metro TV telah memiliki lebih

dari 8,3 juta pengikut dan lebih dari 261 juta suka, yang menunjukkan antusiasme serta jangkauan audiens yang cukup besar di platform tersebut. Metro TV secara aktif mengunggah berbagai konten video pendek yang bersifat informatif, edukatif, sekaligus menghibur. Konten-konten tersebut mencakup laporan berita terkini, investigasi kasus viral, liputan lapangan, serta potongan program-program berita malam seperti Meet Nite Live, Top News, dan Prime Time News. Selain unggahan video pendek (short video), Metro TV juga memanfaatkan fitur live streaming atau siaran langsung melalui TikTok. Fitur ini digunakan untuk menyiarkan peristiwa-peristiwa penting secara real-time, termasuk peliputan breaking news, acara bincang-bincang interaktif, serta segmen berita yang membutuhkan partisipasi langsung dari audiens. Dengan adanya fitur live ini, Metro TV dapat berinteraksi secara langsung dengan para pengikutnya melalui kolom komentar, polling, dan sesi tanya jawab yang disediakan selama siaran berlangsung. TikTok Metro TV juga memanfaatkan fitur disematkan (pinned content) untuk menonjolkan konten-konten yang dianggap penting atau viral. Beberapa video yang disematkan di halaman profil TikTok Metro TV menampilkan liputan kasus besar seperti penemuan jasad Arya Daru, kebakaran lahan gambut, serta liputan khas lainnya. Selain itu, Metro TV juga menyajikan konten eksklusif seperti QnA bersama tokoh publik melalui fitur showcase untuk mendekatkan jurnalisisme kepada masyarakat luas. Penggunaan TikTok sebagai media penyebaran informasi menjadi bukti konkret bahwa Metro TV tidak hanya mengandalkan siaran televisi terestrial, tetapi juga menyesuaikan diri dengan kebiasaan konsumsi media audiens digital. Melalui pendekatan multiplatform, Metro TV mampu memperluas jangkauan audiensnya dan tetap relevan di tengah perubahan pola konsumsi informasi masyarakat, khususnya di kalangan pengguna media sosial. Siaran langsung (live streaming) Metro TV di platform TikTok tidak dilakukan secara penuh dan terus-menerus, melainkan melalui proses seleksi konten yang ketat berdasarkan sejumlah pertimbangan strategis. Hal ini berkaitan erat dengan upaya Metro TV dalam menyesuaikan kontennya dengan karakteristik algoritma TikTok yang dikenal berbasis minat (interest based algorithm). Algoritma ini menilai seberapa relevan dan menarik suatu konten berdasarkan durasi tonton, tingkat interaksi pengguna (seperti komentar, likes, dan share), serta ketepatan waktu penyiaran. Oleh karena itu, Metro TV tidak serta-merta menayangkan seluruh segmen berita atau keseluruhan program dalam format live streaming, melainkan memilih momen-momen tertentu yang dinilai memiliki potensi viral dan mampu memicu keterlibatan tinggi dari audiens.

#### **4.3.3 Strategi Perencanaan Konten Live Streaming untuk Program**

Strategi perencanaan konten menjadi tahapan krusial dalam memastikan keberhasilan siaran live streaming Metro TV di media sosial, khususnya TikTok. Dalam konteks program berita malam seperti Meet Nite Live, Top News, dan Prime Time News, perencanaan konten tidak hanya berfokus pada pemilihan isu yang aktual, tetapi juga mempertimbangkan bentuk penyampaian, daya tarik visual, dan potensi keterlibatan audiens. Metro TV juga memperhatikan pola waktu publik dalam mengakses TikTok. Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan menyesuaikan jadwal live berdasarkan waktu prime time di media sosial, serta menyiapkan pre-program untuk memberi pengumuman kepada audiens. Hal ini bertujuan agar pengguna TikTok sudah memiliki ekspektasi terhadap waktu tayang program berita malam. Perencanaan konten juga tidak berhenti pada saat siaran live berakhir. Tim Metro TV melakukan pemrosesan pasca live berupa pemotongan dan editing konten untuk dijadikan potongan pendek (short videos) yang lebih mudah viral di TikTok. Potongan tersebut kemudian digunakan sebagai alat distribusi lanjutan dan menjadi bagian dari strategi konten jangka panjang. Melalui perencanaan yang menyeluruh dari hulu ke hilir dari pemilihan topik, gaya penyampaian, waktu tayang, hingga strategi distribusi ulang Metro TV menunjukkan bahwa mereka telah menjalankan perencanaan konten live streaming secara sistematis. Strategi ini tidak hanya memperkuat eksistensi Metro TV di platform digital, tetapi juga mampu menjembatani jurnalisisme televisi dengan ekosistem media sosial yang dinamis dan partisipatif. Strategi ini mencerminkan penerapan konvergensi media di mana proses produksi dan distribusi konten tidak lagi terpisah antara televisi dan platform digital.

### **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi Metro TV dalam memperluas jangkauan audiens melalui fitur live di TikTok dilakukan dengan memanfaatkan karakteristik media sosial yang interaktif dan fleksibel. Metro TV menayangkan program berita malamnya, yaitu Meet Nite Live, Top News, dan Prime Time News, secara langsung di TikTok dengan gaya penyajian yang lebih ringan, ringkas, serta sesuai dengan kebiasaan konsumsi media generasi muda. Interaksi tersebut tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga fungsional, seperti pertanyaan audiens yang dijawab langsung oleh anchor saat siaran berlangsung. Strategi ini terbukti mampu menarik perhatian audiens baru yang sebelumnya jarang menonton televisi konvensional, sekaligus mempertahankan relevansi Metro TV di tengah menurunnya minat terhadap siaran terestrial. Selain itu, Metro TV tidak hanya mengandalkan siaran langsung, tetapi juga memanfaatkan potongan konten dari live streaming untuk distribusi ulang di berbagai platform digital. Hal ini sejalan dengan

prinsip konvergensi media, di mana televisi tidak lagi terbatas pada layar konvensional, melainkan hadir di berbagai ruang digital. Kehadiran Metro TV di TikTok berhasil menciptakan komunikasi dua arah melalui fitur komentar dan live chat, sehingga memperkuat engagement sekaligus membangun loyalitas audiens. Dengan demikian, strategi pemanfaatan TikTok Live dapat dipahami sebagai langkah efektif Metro TV dalam menjawab tantangan transformasi media dan memperluas jangkauan audiensnya di era digital.

Untuk penelitian akademik selanjutnya, disarankan agar studi serupa dapat dilakukan dengan cakupan yang lebih luas, tidak hanya berfokus pada satu stasiun televisi saja. Penelitian dapat membandingkan strategi digital dari beberapa media televisi yang juga aktif melakukan live streaming di platform digital, guna melihat pola-pola umum maupun perbedaan pendekatan antar lembaga penyiaran. Penelitian lanjutan juga bisa menggunakan pendekatan kuantitatif, misalnya dengan mengukur pengaruh siaran live terhadap peningkatan jumlah pengikut, komentar, atau keterlibatan pengguna (engagement) secara statistik. Selain itu, aspek lain yang menarik untuk diteliti lebih dalam adalah tentang dampak algoritma media sosial terhadap penyebaran informasi dari institusi media, serta bagaimana media seperti Metro TV bisa menyesuaikan diri dengan logika platform agar kontennya tetap relevan, namun tidak kehilangan nilai edukatif dan jurnalistiknya. Dengan memperluas perspektif, diharapkan penelitian di bidang ini dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan komunikasi media dan penyiaran di era digital.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang konstruktif selama proses penelitian hingga penulisan artikel ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada pihak Metro TV, khususnya informan penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Selain itu, terima kasih disampaikan kepada keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan moral serta motivasi selama proses penyusunan penelitian. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian media digital dan penyiaran.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andanni, "Analisis Tren Online Live Streaming pada Website dan Youtube Televisi Berita di Indonesia," 2021.
- [2] Astuti, "Strategi Manajemen Televisi Sistem Stasiun Jaringan (Studi Kasus pada SBO TV dan JTV sebagai Stasiun Televisi Lokal Jaringan Jawa Pos Multimedia)," 2017.
- [3] Firmansyah, Widyaningrum, dan Rahma, "Cross Promotion Program Berita dalam Konvergensi Televisi dan Media Sosial," *Juni*, vol. 7, no. 1, pp. 115–130, 2023.
- [4] Haqqu dan Ersyad, "Eksistensi Media Televisi Era Digital di Kalangan Remaja," *Dinamika Sosial Budaya*, vol. 22, no. 1, pp. 38–44, 2020.
- [5] Putra dan Hidayat, "Komunikasi Pemasaran Layanan Video Streaming dan On Demand MNC Group (Studi Kasus: Aplikasi RCTI+)," *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, vol. 6, no. 1, 2022.
- [6] Rinaldo dan Irwansyah, "Fenomena Tren Live Streaming pada Media Sosial dalam Perspektif Social Construction of Technology," *Jurnal Komunikasi dan Desain*, vol. 2, no. 5, 2022.
- [7] Sasmi, "Tinjauan Literatur Sistematis Transisi Industri Televisi Analog ke Digital di Indonesia," vol. 6, no. 3, 2024.
- [8] D. McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, edisi ke-6, vol. 1. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- [9] M. Sanjaya, *Sistem Pertelevisian Indonesia Perspektif Historis, Bisnis, Budaya, dan Teknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2023.
- [10] Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Provinsi Jawa Barat, *Demokratisasi Penyiaran Era Digital*. Jawa Barat: KPID, 2023.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2023.