

ABSTRAK

M. SULTAN PRAWIRA YOGA, PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI MEDIA MASSA (Studi Deskriptif Pada Media Sosial Tiktok AyoBandung.com)

TikTok merupakan salah satu media sosial dengan pertumbuhan tercepat di dunia. TikTok juga memungkinkan pengguna membuat video pendek berdurasi 15 detik dengan musik, filter, dan fitur kreatif lainnya. Hampir 4 tahun setelah TikTok diluncurkan, popularitasnya melonjak. Hingga akhir 2019, ada 500 juta pengguna aktif diseluruh dunia. Aplikasi ini juga digandrungi oleh berbagai kalangan di Indonesia termasuk tokoh masyarakat dan media berita

Fokus penelitian dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh AyoBandung.com? Bagaimana proses yang dilalui oleh AyoBandung.com dalam penyebaran informasi melalui TikTok? Dan hambatan yang terjadi ketika informasi yang akan dipublikasikan oleh AyoBandung.com menggunakan TikTok.

Teori yang digunakan adalah *New Media* Pierre Levy, yang menjelaskan tentang perkembangan sebuah media baru. Dalam teori ini terdapat dua pandangan yang pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Sedangkan pendekatan yang kedua yaitu pandangan integrasi sosial, media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu: *Pertama*, AyoBandung.com menggunakan strategi penyebaran dengan cara menyebarluaskan sebuah informasi melalui media sosial TikTok dan hal apa saja yang disusun AyoBandung.com untuk melancarkan strategi yang telah disusun melalui proses koordinasi mengenai konten yang akan ditulis oleh tim redaksi hingga sampai ke tim produksi yang membuat untuk TikTok. *Kedua*, proses yang terjadi saat penyebaran informasi yang dilakukan oleh AyoBandung.com lalu tahapan didalamnya seperti pengolahan kembali isu yang telah ditulis menjadi video, penyusunan caption, lalu pengaktifan *adsense* dalam pengiklanan, hingga validasi agar konten tersebut layak untuk di publikasikan di TikTok. *Ketiga*, hambatan yang terjadi ketika proses terjadinya penyebaran konten informasi. AyoBandung.com memanfaatkan TikTok sebagai batu lonjakan baru agar masyarakat tidak bosan menikmati informasi yang AyoBandung.com sampaikan hingga respon dan masukan masyarakat dalam setiap konten yang di upload.

Kata Kunci : Penyebaran, Media Sosial, TikTok