

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan teknologi komunikasi dan informasi berkembang sangat cepat yang mengakibatkan perubahan pola interaksi kehidupan bermasyarakat serta peradaban dan kebudayaan yang semakin melek terhadap media informasi. Hal tersebut diimbangi dengan inovasi teknologi yang semakin bervariasi. Akses internet yang terus berkembang dan terus meningkat menjadi sarana penyebaran dan pertukaran informasi. Internet menawarkan keberagaman informasi serta kebebasan terhadap jalur masuknya sebuah informasi bagi pengguna tanpa perlu terikat sebuah batasan (Kemenristek, 2018).

Indonesia memiliki posisi dimana total 171,17 juta orang atau sekitar 64,8% penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Ini adalah jumlah yang sangat besar dan menyebabkan masyarakat Indonesia mengalami pergeseran budaya dalam penggunaan media saat ini, karena ada alat dan praktik baru yang diadaptasi oleh masyarakat sendiri untuk penggunaannya. Hal ini didasari oleh hasil survey yang dilakukan oleh pihak Polling Indonesia bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (APJII, 2020).

Dari hasil analisis, Penduduk Indonesia memiliki akses internet dalam daftar sepuluh besar negara dengan kecanduan terhadap internet. Indonesia berposisi kedelapan dalam daftar negara paling banyak menghabiskan waktu untuk mengakses internet. Pencapaian tersebut sebenarnya menurun dibandingkan tahun-

tahun sebelumnya, dengan menduduki peringkat kelima di dunia dalam hal penggunaan internet terlama (Hootsuite, 2019).

Berdasarkan data dari Global Digital Report 2019 dari HootSuite dan *We Are Social*, penduduk Indonesia menghabiskan waktunya untuk berselancar di dunia maya selama 8 jam 36 menit per hari. Hal tersebut disusul oleh negara tetangga seperti Filipina, Thailand, dan Malaysia. Filipina menjadi ranking nomor satu yang masyarakatnya paling lama menggunakan internet, yaitu selama 10 jam 2 menit. Hingga disusul oleh Brazil berada diposisi kedua, dengan durasi menggunakan internet selama 9 jam 29 menit per hari dan diposisi ketiga disusul Thailand dengan durasi menggunakan internet 9 jam 11 menit per hari. Pencapaian lainnya yang dimiliki Indonesia yakni memiliki jumlah pengguna media sosial mencapai 160 juta, hal tersebut bertambah 12 juta pengguna dibandingkan tahun 2019 (Hootsuite, 2019).

Media semakin berkembang, memudahkan masyarakat untuk menerima dan menerima informasi serta menyampaikan pesan, meskipun jaraknya cukup jauh. Pada saat ini, media menjadi salah satu sarana untuk menyalurkan pesan. Kini media online menarik minat banyak orang untuk menggunakan. Salah satu media yang digunakan orang dengan efektif saat ini adalah media sosial.

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, beranekaragam media sosial yang bermunculan ini sangat memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi, salah satunya Tiktok. Tiktok merupakan media sosial yang berbentuk video musik dan aplikasi jejaring sosial asal China resmi menghidupkan kembali industri digital di Indonesia. Berkat kombinasi kecerdasan buatan dan teknologi pengambilan

gambar, pembuatan video menjadi lebih mudah dan efisien. Pembuat video didorong untuk menjadi sekreatif mungkin dan menggunakan imajinasi sebanyak mungkin dan mengekspresikan diri mereka dengan cara yang menyenangkan.. TikTok didukung oleh perusahaan yang bergerak dalam teknologi kecerdasan buatan, ByteDance (Mahanani, 2018).

Pada tahun 2020, aplikasi TikTok menjadi media sosial yang paling cepat berkembang di Indonesia. Pada dasarnya aplikasi TikTok bukanlah media sosial baru di Indonesia karena pada tahun 2018-2019 lalu TikTok diluncurkan di Indonesia namun kemudian TikTok terkadang menjadi program digital berbasis video yang memberikan cetakan konyol. Faktanya, fenomena Internet setuju bahwa pengguna mengetik "aplikasi bodoh" di bilah alamat kosong. Puncak dari semua itu adalah ketika Kementerian Komunikasi dan Informatika memblokir aplikasi TikTok dengan alasan TikTok memproduksi konten negatif, terutama untuk kalangan anak di bawah umur. (Mahanani, 2018).

Dalam sejarahnya, TikTok pernah dilarang di Indonesia karena pelecehan anak, tapi sekarang sudah berubah (Bohang, Tekno Kompas, 2021). Kini kehadiran TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia belakangan ini (Komara, 2021). Hal ini diakibatkan karena konten yang disiapkan oleh TikTok tidak hanya tentang hiburan, akan tetapi juga memberikan banyak hal menarik seperti berbagai macam *tutorial*, ide *outfit*, pemandangan luar yang indah, otomotif, beberapa tariian bahkan *challenge* dan yang uniknya adalah banyak remaja muslim yang mengembangkan inovasinya menjadi sarana untuk berdakwah. Konten yang dihasilkan oleh TikTok juga dapat

mengandung pesan-pesan baik pada *viewers* yang bisa mengubah pola pikir, perbuatan, dan sudut pandang seseorang sehingga pesan dakwah yang disampaikan melalui video yang diunggah pun mudah untuk diterima publik.

Dua tahun setelah TikTok sempat dihapus aksesnya oleh pihak Kementerian Komunikasi dan Informatika, namun kini TikTok menjadi *tren* dan budaya populer baru di Indonesia. Budaya populer adalah budaya yang menarik bagi banyak orang tanpa terikat pada kelas sosial tertentu. Kemudahan akses informasi berdampak besar pada budaya populer suatu negara, yang kini sangat berpengaruh di era digital saat ini. (Sorrells, 2015).

Perkembangan suatu budaya populer di Indonesia saat ini cukup berperan besar terhadap generasi muda, karena para generasi muda sangat aktif dengan teknologi baru, salah satu bentuknya adalah aplikasi TikTok yang banyak digunakan generasi muda di Indonesia dan menjadikannya budaya populer di Indonesia. Perkembangan tersebut di adaptasi dalam media jurnalistik salah satunya AyoBandung.com. Hal tersebut tak dipungkiri AyoBandung.com memiliki lokalitas untuk mengabarkan peristiwa, kabar atau kehebohan serta selalu menarik keterlibatan masyarakat umum untuk berpartisipasi pada media AyoBandung.com terlebih kini masyarakat menyukai informasi yang disajikan serta memiliki tampilan yang lebih menarik seperti layaknya video infografis. Upaya tersebut ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan informasi yang dibuat AyoBandung.com serta menawarkan konten situs berita yang lebih banyak bercerita tentang Kota Bandung.

Hal tersebut sejalan misi AyoBandung.com yakni mendorong semangat untuk memberikan yang terbaik bagi masyarakat Bandung, dengan tak hanya

menawarkan berita serta memberikan wadah yang sangat luas bagi masyarakat dan komunitas untuk ikut serta memberikan informasi melalui kanal AyoNetizen. Latar belakang yang telah menguraikan bagaimana gambaran penelitian membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana TikTok menjadi bermanfaat sebagai sumber informasi bagi masyarakat yang berfokus pada AyoBandung.com. Sehingga peneliti berusaha melakukan penelitian ini dengan mengambil judul “Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Informasi Pada AyoBandung.com”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, menghasilkan fokus penelitian yakni : Bagaimana pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media informasi pada AyoBandung.com ? dalam penelitian ini terdapat beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penyebaran informasi AyoBandung.com dalam pemanfaatan media sosial TikTok?
- 1 Bagaimana proses AyoBandung.com menggunakan TikTok sebagai pemenuhan informasi ?
- 2 Apa hambatan AyoBandung.com dalam proses penyebaran informasi media massa melalui media sosial TikTok?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media informasi pada AyoBandung.com dengan acuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi yang digunakan AyoBandung.com dalam memanfaatkan media sosial TikTok sebagai pemenuhan informasi.
2. Untuk mengetahui proses AyoBandung.com dalam penggunaan TikTok sebagai pemenuhan informasi.
3. Untuk Mengetahui hambatan apa saja dalam proses penyebaran informasi media massa Ayobandung.com saat penggunaan media sosial TikTok.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh pada penelitian ini dikelompokkan dalam manfaat secara akademis dan manfaat praktis, hal tersebut diperjelas dalam poin sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu Komunikasi Jurnalistik terhadap bagaimana pemanfaatan media sosial apapun, sebagai media informasi ditengah derasnya arus digital. Selain itu dapat menjadi bahan referensi dalam pembelajaran yang berkaitan dengan ilmu kejournalistikan pada media massa online khususnya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat praktis serta diharapkan menjadi kemajuan media terkhusus dalam pemanfaatan aplikasi terbaru

serta memberikan kontribusi berupa masukan dan kritik yang membangun terkait kemajuan digital terkhusus dalam pemanfaatan aplikasi terbaru untuk menunjang kegiatan jurnalistik.

1.5 Hasil Penelitian yang Relevan

Relevansi yang dituliskan peneliti dalam penelitian ini telah menelaah beberapa penelitian berupa jurnal serta beragam penelitian skripsi lainnya. Hal tersebut dijadikan bahan pelengkap serta pembanding dengan tujuan memperkuat kajian Pustaka pada penelitian ini. Sumber rujukan penelitian yang relevan diambil dari tiga skripsi serta dua jurnal dengan rentan 10 tahun terakhir dan kredibel. Maka penulis menampilkan beberapa rujukan dan referensi yang disarikan sebagai berikut:

Pertama, Teknik Komunikasi Persuasif Pada Akun TikTok Sebagai Media Dakwah (studi analisis semiotik pada akun @dinda_ibrahiim) oleh Fahmi Ihza Mahendra dalam skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2021. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Perbedaan dalam penelitian ini yakni menganalisis teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam postingan akun TikTok @dinda_ibrahiim melalui cuplikan pada video. Dan persamaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan platform TikTok sebagai subjek penelitian.

Kedua, Pemanfaatan *Instastory* Dalam Aktivitas Jurnalistik Oleh Majalah Gadis dalam skripsi Cerysa Nur Insani dalam skripsi Universitas Padjajaran 2019.

Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu Pendekatan Kualitatif yang bersifat deskriptif. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu menganalisis pemanfaatan

sebuah aplikasi sebagai media jurnalistik namun yang dimanfaatkan adalah instagram. Juga persamaan dalam penelitian ini adalah menganalisis kebermanfaatan sebuah platform serta kemajuan digital.

Ketiga, Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19. 1) Togi Prima Hasiholan, 2) Rezki Pratami, 3) Umaimah Wahid Dalam Skripsi Universitas Budi Luhur 2020. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek yang dikaji dalam penelitian serta informasi yang dijadikan rujukan, dalam penelitian meneliti kegiatan kampanye sedangkan peneliti meneliti bagaimana pemenuhan informasi. Persamaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan platform TikTok sebagai subjek penelitian.

Keempat, Indah Evania Putri, 2021. Dengan judul Analisis *Storytelling* Jurnalistik Dalam Akun Media Sosial TikTok Narasi TV. Dengan pendekatan Studi Kasus Terhadap *Storytelling* Jurnalistik yang Digunakan Akun TikTok @Narasi mengetahui penggunaan *Storytelling* Jurnalistik dalam Akun TikTok Narasi TV yang ditinjau dari alasan Narasi TV menggunakan TikTok sebagai kanal *Storytelling*, elemen *Storytelling* yang ditawarkan Narasi TV serta cara kerja Redaksi Narasi TV. Peneliti menggunakan pendekatan penelitian Kualitatif dengan metode Studi Kasus dari Robet K. Yin, dan menganalisis kontennya berdasarkan elemen *Storytelling* dari Jack Hart.

Kelima, Jurnal Studi Literatur Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19. Astrid Kusuma Rahardaya

dan Irwansyah Tahun 2021. Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan studi meta- analisis. Berbagai macam karakteristik pengguna TikTok yang lebih banyak berasal dari generasi muda meningkatkan pentingnya melakukan dan memiliki kesadaran akan literasi digital pada saat menggunakan media sosial ini.



Tabel 1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian dan Nama Peneliti	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Teknik komunikasi persuasif pada akun TikTok sebagai media dakwah (studi analisis semiotik pada akun @dinda_ibrahiim) oleh Fahmi Ihza Mahendra dalam skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2021	Pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif	Menganalisis teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam postingan akun Tik Tok @dinda_ibrahiim melalui cuplikan pada video	Menggunakan platform tiktok sebagai subjek penelitian
2	Pemanfaatan Instastory Dalam Aktivitas Jurnalistik Oleh Majalah Gadis. Dalam Skripsi Cerysa Nur Insani Dalam Skripsi Universitas Padjajaran	Pendekatan Kualitatif yang bersifat Deskriptif	Menganalisis pemanfaatan sebuah aplikasi sebagai media jurnalistik namun yang dimanfaatkan adalah instagram.	Menganalisis kebermanfaatan sebuah platform serta kemajuan digital

	2019			
3	Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19 1) Togi PrimaHasiholan, 2) Rezki Pratami, 3)Umaimah Wahid Dalam Skripsi Universitas Budi Luhur 2020	Pendekatan Kualitatif yang bersifat Deskriptif	Objek yang dikaji dalam penelitian serta informasi yang dijadikan rujukan, dalam penelitian meneliti kegiatan kampanye sedangkan peneliti meneliti bagaimana pemenuhan informasi.	Menggunakan platform tiktok sebagai subjek penelitian
4	Indah Evania Putri, 2021. Dengan judul Analisis Storytelling Jurnalistik Dalam Akun Media Sosial TikTok Narasi TV.	Peneliti menggunakan pendekatan penelitian Kualitatif dengan metode Studi Kasus	Peneliti menggunakan pendekatan penelitian Kualitatif dengan metode Studi Kasus dari Robet K. Yin, dan menganalisis kontennya berdasarkan elemen	Mengetahui penggunaan Akun TikTok yang ditinjau dari alasan menggunakan TikTok sebagai kanal Storytelling.

			Storytelling dari Jack Hart.	
5	Jurnal : Studi Literatur Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19. Astrid Kusuma Rahardaya dan Irwansyah Tahun 2021.	Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif Dengan menerapkan studi meta-analisis	Penelitian menggunakan sarana literasi sedangkan peneliti menggunakan tiktok.	Subjek yang digunakan merupakan penggunaan tiktok sebagai sarana digital

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

1.6.1.1 Teori *New Media*

Kelahiran sebuah jaringan internet dianggap sebagai awal dari revolusi industri bidang media sosial, dari sinilah lahirnya istilah yaitu *New Media*. Dalam empat tahun, Internet mendorong hampir 96% populasi dunia untuk bergabung dengan jejaring sosial. Media baru muncul dari inovasi media lama yang sudah tidak relevan lagi dengan perkembangan teknologi saat ini. Jika pada zaman dahulu seseorang menggunakan suatu objek untuk suatu kegiatan seperti membaca koran, menonton televisi, mendengarkan radio, maka pada zaman baru atau media baru kita bisa melakukan banyak hal sekaligus di satu tempat. Kata media bersumber dari bahasa latin yang berarti seperti perantara informasi dengan penerima informasi. Jadi media baru itu sendiri baru muncul di penghujung abad ke-20, yaitu media baru yang menggabungkan media tradisional dengan internet. *New Media* menawarkan kemungkinan akses langsung ke semua konten, kapanpun dan dimanapun kita inginkan. Perbedaan antara media baru dan media tradisional sebenarnya tidak terletak pada digitalisasi konten media yang sedikit demi sedikit, tetapi pada dinamika kehidupan media baru itu sendiri dan hubungan interaktif dengan konsumen media. Kehidupan yang dinamis ini bergerak, bernafas dan memancarkan kegembiraan secara real time. Banyak teknologi yang muncul di era globalisasi ini, seperti teknologi digital dan pesatnya perkembangan teknologi informasi pada tahun 1980-an, telah memunculkan teknologi komunikasi baru atau teknologi komunikasi baru atau disebut juga dengan media baru. Pemahaman media

baru dalam penelitian ini didasarkan pada pendekatan yang digunakan Pierre Levy, yang mengungkapkan tentang teori media baru.

Teori media baru merupakan teori yang dikembangkan oleh seorang tokoh bernama Pierre Levy. Teori ini menjelaskan tentang berkembangnya sebuah media. Ada dua perspektif tentang teori media baru. Yang pertama adalah perspektif interaksi sosial, yang membedakannya media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi personal. Pierre Lévy percaya bahwa World Wide Web (WWW) adalah lingkungan informasi yang fleksibel, dinamis dan terbuka di mana orang dapat mengembangkan pengetahuan baru dan mempromosikan demokrasi dalam hal pemberdayaan sosial dan timbal balik berdasarkan masyarakat yang lebih interaktif. pandangan integrasi sosial, adalah bahwa media menjadi kebiasaan, memiliki formalitas, dan menggunakan media itu sendiri dan sebagai cara bagi orang untuk menciptakan masyarakat. Kami meritualkan media karena memiliki nilai yang lebih tinggi daripada cara kami menggunakannya. Media bukan hanya alat informasi atau sarana kepentingan pribadi, tetapi dalam beberapa cara menghubungkan masyarakat dan memberi kita rasa memiliki. New Media merupakan media online berbasis teknologi yang bersifat fleksibel, interaktif, yang berfungsi baik secara publik maupun pribadi di Internet. (Mondry, 2008). New Media diartikan sebagai produk komunikasi yang termediasi berbentuk teknologi, terdapat dalam komputer digital (Creeber & Martin, 2009).

Evolusi media lama menjadi media baru memunculkan teori yang berhubungan dengan media baru, seperti yang dijelaskan oleh Pierre Levy pada tahun 1990. Teori media baru merupakan bahasan mengenai evolusi media, yang

kemudian dikembangkan dari dua perspektif yang berbeda, yaitu perspektif interaksi sosial dan perspektif integrasi sosial.

1) Perspektif Interaksi Sosial

Perspektif interaksi sosial adalah seberapa dekat media dengan interaksi tatap muka. Seperti Worldwide (WWW) sebagai media informasi terbuka. Dengan cara ini, pengguna dapat mengembangkan orientasi pengetahuannya secara fleksibel dan dinamis.

2) Perspektif integrasi sosial

Dari sudut pandang integrasi sosial, yaitu bentuk media dalam representasi ritualnya atau bagaimana media digunakan sebagai sarana pembentukan sosial, bukan dalam bentuk informasi, interaksi atau sosialisasi. (Novi, 2017).

1.6.2 Kerangka Konseptual

1.6.2.1 Jurnalistik Online

Jurnalisme secara formal dan permanen dibagi menjadi tiga bidang utama jurnalisme media cetaka (jurnalisme surat kabar dan majalah), jurnalisme media audio elektronik (radio, radio dan jurnalisme), jurnalisme media audiovisual (jurnalisme televisi). Jurnalisme media cetak meliputi jurnalisme surat kabar harian, jurnalisme surat kabar mingguan, jurnalisme surat kabar harian, jurnalisme surat kabar mingguan, dan jurnalisme majalah. Jurnalisme media elektronik audio adalah jurnalisme penyiaran. Jurnalisme media audiovisual adalah jurnalisme televisi dan jurnalisme media online (Internet) (Sumadiria, 2008).

Jurnalisme online memiliki pengertian, dikenal juga dengan media siber (*cyber media*), media internet (*internet media*), media baru (*new media*), dan dapat

dipahami sebagai media yang disajikan secara online di halaman internet (website).. (Romli, 2012). Jurnalisme online juga mempertimbangkan berbagai format media (multimedia) sebagai praktik jurnalisme yang menyusun konten laporan yang memungkinkan terjadinya interaksi antara wartawan dan khalayak serta menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber online lainnya. (Romli, 2012).

1.6.2.2 Media Sosial

Menurut Shirky, media sosial adalah suatu alat yang meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, berkolaborasi antar pengguna dan mengambil tindakan bersama, semuanya di luar kerangka kelembagaan atau organisasi. Selain menjadi media baru dalam hal komunikasi, media sosial juga memiliki dampak yang sangat besar pada hal-hal seperti jurnalisme dan kehumasan. dan media pemasaran. (Nasrullah R. , 2015)

Dari berbagai literasi dan kajian, terdapat beberapa jenis media sosial berlandaskan model jaringan yang dibentuk berdasarkan karakteristik pengguna dokumen yang dibagikan oleh pengguna.. Dari berbagai sumber, (Nasrullah R. , 2015) dalam bukunya memberikan kesimpulan bahwa ada enam kategori besar tentang media sosial, diantaranya:

1) Media Jejaring Sosial

Media jejaring sosial merupakan alat yang bisa digunakan untuk mewujudkan hubungan sosial dan dampak dari hubungan tersebut dalam media virtual. Sifat dari jenis media sosial ini adalah penggunanya dapat membentuk jaringan pertemanan, misalnya Facebook.

2) Jurnal Online (*Blog*)

Blog adalah media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah aktivitas sehari-hari, saling berkomentar antar pengguna dan berbagi tautan, informasi, dan situs web lainnya. Sifat blog adalah bahwa penggunaannya bersifat pribadi dan konten yang dapat diunduh sesuai dengan kehidupan sehari-hari pengguna, misalnya Blogspot dan Wordpress.

3) Mikroblog

Mikroblog adalah jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas dan opini mereka. Kemunculan jejaring sosial jenis ini terkait dengan lahirnya Twitter yang menawarkan ruang untuk maksimal 140 karakter..

4) Media Berbagi (*Media Sharing*)

Media sharing atau berbagi adalah jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi media seperti dokumen, video, audio dan gambar seperti: Instagram, YouTub.

5) Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Bekerja dalam mengorganisasikan, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi dan berita secara online. Contoh dari penanda sosial adalah Delicious.com, Reddit.com, dan LintasMe.

6) Wiki

Wiki adalah media sosial dengan konten bersama, seperti situs web, yang kontennya dikelola oleh penggunanya.

Karakteristik media sosial tidak berbeda dengan sifat media *cyber*. Karena media sosial juga adalah bagian dari media *siber*. Namun, media sosial mempunyai karakteristik tersendiri (Nasrullah R. , 2015), diantaranya:

1) Jaringan (*network*)

Karakter pertama media sosial adalah membentuk sebuah jaringan antar penggunanya, meskipun tidak saling mengenal di dunia nyata, media sosial merupakan penghubung dalam mekanisme teknologi.

2) Informasi (*information*)

Sebuah informasi telah menjadi suatu hal yang sangat penting dari media sosial, dikarenakan *user* media sosial mengekreasikan representasi identitasnya, memproduksi suatu konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Sebagai contoh aplikasi TikTok.

3) Arsip (*archive*)

Pengarsipan menjadi tanda yang menyatakan bahwa informasi disimpan dan dapat diambil kapan saja dengan menggunakan perangkat apa pun yang mendukungnya. Informasi masih tersimpan dan mudah diakses.

4) Interaksi (*interactivity*)

Dalam kajian media, interaksi adalah pembeda yaitu media lama (*old media*) dan media baru (*new media*). David Holmes, dalam Nasrullah (2015:26) berpendapat, bahwa pengguna media pada media lama cenderung pasif dan tidak mengenal satu sama lain, sedangkan di media baru pengguna media baru bisa berinteraksi.

5) Simulasi sosial

Dalam jejaring sosial, interaksinya serupa dengan kenyataan, tapi yang terjadi adalah simulasi. Juga hasil dari proses simulasi dimana media mereproduksi representasi suatu media dalam keaslian tersendiri yang terkadang berbed.

6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Dalam konten pengguna, menyatakan bahwasannya konten media sosial dimiliki sepenuhnya berlandaskan kontribusi pengguna. Media baru, termasuk media sosial, menawarkan suatu alat dan teknologi baru yang memungkinkan audien untuk mengrasipkan, berkomentar, menyesuaikan, dan mendaur ulang konten media, yang mengarah ke produksi media DIY (Nasrullah R. , 2015).

1.6.2.3 Platform Tiktok

TikTok sudah menjadi media sosial yang sangat populer di Indonesia sejak awal tahun 2020. TikTok sendiri disebut *Douyin* dalam pengucapan Cina, dan ini adalah aplikasi video musik yang awalnya digunakan oleh pengguna untuk sinkronisasi bibir. Aplikasi ini dibuat di Cina pada tahun 2016 oleh ByteDance. Pada tahun 2017, aplikasi TikTok mulai hadir di Indonesia. Namun, pada saat itu aplikasi tersebut ditolak oleh masyarakat Indonesia karena dianggap 'lengket', dan ketika mencapai puncaknya pada Juli 2018, aplikasi TikTok diblokir oleh Kementerian Telekomunikasi di Indonesia. (Mahanani, 2018)

Pemblokiran aplikasi TikTok pada tahun 2018 dilakukan oleh Kementerian Informasi dan Komunikasi, karena Kementerian Informasi dan Komunikasi menerima sekitar 3.000 pesan publik dan laporan dari Kementerian Pertahanan

tentang konten negatif dalam aplikasi TikTok. Teknologi Komunikasi dan Informasi. Untuk jumlah konten negatif di TikTok, seperti pornografi, asusila, dan pelecehan agama, Perlindungan Perempuan dan Anak dan Komisi Perlindungan Anak Indonesia.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung tepatnya di kantor redaksi AyoBandung.com bertempat di Jalan Terusan Halimun No.50 Lingkar Selatan Kota Bandung Jawa Barat dengan pertimbangan ketersediaan data serta akses yang dibutuhkan mudah dan mendukung dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara secara mendalam. Objek informan yang akan diteliti merupakan pelaku media massa AyoBandung.com yang merupakan media masa swasta berbasis online dan dapat mendukung penelitian dengan pengalaman media massa yang bergerak secara online dalam menyebarkan informasi seputa Kota Bandung dan sekitarnya dalam Instagram maupun TikTok.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang (Mulyana, 2003)

Paradigma yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yaitu paradigma yang hampir merupakan antitesis dari sebuah kepaahaman yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu keaslian atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka. Penelitian tentang penggunaan TikTok sebagai media informasi tidak menitikberatkan keharusan sesuai dengan teori-teori, namun penelitian ini mengikuti kondisi serta fenomena yang berkembang. Selanjutnya, peneliti akan mengkaji fenomena yang sudah didapatkan sebelumnya dan dikaitkan sesuai dengan konsep serta teori yang sesuai (Hidayat, 2003).

1.7.3 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Yaitu pendekatan penelitian tanpa menggunakan angka statistik tetapi dengan pemaparan secara deskriptif yaitu berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi menjadi fokus perhatiannya untuk kemudian dijabarkan sebagaimana adanya. Dan penelitian ini juga bersifat lapangan (*field research*). Judul dan tujuan pada obyek yang diteliti bertujuan memahami, mengetahui serta secara lebih mendalam. Hal tersebut mengindikasikan peneliti akan memahami pengalaman sebuah subjek yang diteliti dengan tujuan untuk mengetahui dunia dari sudut pandang subjek yang

mengalaminya secara langsung dengan sifat pengalaman subjek (manusia) serta makna yang harus direkatkan padanya.

1.7.4 Metode Penelitian

Metode adalah jenis penelitian yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Metode terbagi menjadi beberapa jenis, salah satunya adalah metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan agar peneliti ingin menggambarkan suatu kondisi yang diamati di lapangan secara lebih tepat, transparan dan detail. Studi ini berusaha menggambarkan situasi/peristiwa sedemikian rupa sehingga informasi yang dikumpulkan bersifat deskriptif untuk mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal.

Dalam penelitian kualitatif, materi dikumpulkan dalam bentuk kata-kata dan gambar. Selain itu, semua informasi yang dikumpulkan mungkin merupakan kunci dari apa yang diteliti. Oleh karena itu, laporan penelitian memuat kutipan-kutipan data untuk menggambarkan penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, tape recorder, dokumen pribadi, catatan atau memorandum, dan dokumen resmi lainnya (Moeloeng, 2017).

1.7.5 Jenis dan Sumber Data

1.7.5.1 Jenis Data

Sifat data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan Pemimpin Redaksi AyoBandung.com, dan data tertulis meliputi analisis pengalaman dan pemahaman. Penelitian ini dibagi menjadi sumber data primer dan data sekunder.

1.7.5.2 Sumber Data

1.Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan penelitian, seperti data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner atau wawancara langsung dengan subyek penelitian.. (Sugiyono, 2008). Data primer dalam penelitian merupakan hasil pengamatan dan wawancara terhadap pihak media AyoBandung.com.

2.Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang didapatkan secara tidak langsung dari lapangan, misalnya dari surat kabar, dokumen dan bacaan lainnya. (Maryati Kun, Suryawati Juju, 2001). Mendukung *e-journal* dan buku terkait kasus dan sumber relevan lainnya.

1.7.6 Teknik Penentuan Informan

1.7.6.1 Informan

Pemilihan informan yang menanggapi penelitian bertujuan untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya, yang dapat bermanfaat dalam bahan dan konsep analisis penelitian, serta dalam pengukuran sebagai hasil penelitian.. Dalam penelitian ini, informan yang dipilih merupakan pihak AyoBandung.com dengan mempertimbangkan kebijakan redaksional kantor serta beberapa kebutuhan akan wawancara yang akan dilakukan serta memiliki kredibilitas terkait media online serta TikTok. Informan yang dipilih diantaranya:

- 1) Pemimpin Redaksi

Pemimpin redaksi AyoBandung.com adalah orang yang sepenuhnya bertanggungjawab dalam proses produksi hingga menjadi sebuah tayangan komplit.

2) Redaktur

Tiktok sangat berhubungan erat dengan social media, salah satu yang berperan penting adalah admin yang mengontrol social media pada AyoBandung.com.

3) Editor

Dalam pembuatan sebuah konten, salah satu yang berperan penting adalah editor, karena editor berperan dalam keberhasilan sebuah konten yang dipublikasikan oleh AyoBandung.com.

1.7.7 Teknik Penentuan Informan

Dalam penemuan kualitatif, sampel yang sering digunakan dalam penelitian yang berasumsi statistik dan mekanistik tidak lagi berlaku, karena dalam penelitian kualitatif istilah sampel tersebut diganti dengan istilah informan. Sumber data penelitian dipilih berdasarkan lamanya pengalaman informan serta sedang atau pernah melakukan kegiatan peliputan di unggah pada TikTok.

1.7.8 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti berupaya mendapatkan data yang aktual dan valid sesuai dengan permasalahan yang diteliti dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dan observasi.

1) Wawancara

Wawancara dapat diartikan sebagai obrolan atau percakapan dengan maksud tertentu dan dilakukan oleh dua pihak, pihak yang satu mengajukan pertanyaan dan pihak yang lain menjawab pertanyaan yang diajukan. (Moeloeng, 2017). Pada saat pelaksanaan, Wawancara berjalan sesuai dari respon narasumber, namun hal tersebut perlu menghadapi beberapa teknis, seperti menggunakan pertanyaan terbuka yang sudah disiapkan. hal ini tidak akan mengurangi keaslian data tersebut dan tidak menutup kemungkinan peneliti dapat mengajukan pertanyaan-pertanyaan tambahan dengan catatan masih memiliki keterkaitan dengan topik penelitian.

2) Observasi

Penelitian ini menggunakan teknik observasi dengan cara mengamati serta melihat satu persatu setiap hasil liputan narasumber serta mencari berita-berita terkini dalam isu pemanfaatan TikTok sebagai informasi. Hal ini dilakukan secara bertahap agar mendapatkan hasil pengamatan yang mencukupi dan data yang valid serta mendapatkan informasi aktual yang diperoleh dari hasil observasi yang meliputi tempat, pelaku, objek, kegiatan, perbuatan, kejadian waktu dan perasaan.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu langkah untuk memperoleh data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, diagram dan foto sebagai informasi yang berguna untuk laporan dan penelitian. Dokumen digunakan untuk mengumpulkan dan memvalidasi data. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi profil media dan aktivitas harian jurnalis dan redaktur. (Sugiyono, 2015).

1.7.9 Teknis Penentuan Keabsahan Data

Melihat penelitian-penelitian sebelumnya, penentuan teknis keabsahan data dapat menerapkan triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu diluar data dengan tujuan melakukan pengecekan serta pembandingan (Moeloeng, 2017).

1.7.10 Teknis Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengorganisasian dan pemilahan data ke dalam pola, kategori, dan unit deskriptif dasar untuk mengungkap tema dan merumuskan hipotesis kerja. (Moleong, 2010). Adapun analisis tersebut diuraikan sebagai berikut:

- 1) Mengumpulkan dan menyeleksi yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi.
- 2) Melakukan proses analisis data secara sistematis dari setiap narasumber.
- 3) Menarik benang merah atau kesimpulan dari hasil temuan dan wawancara.

No	Daftar Kegiatan	Bulan																							
		Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		2021				2022				2022				2021				2022				2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Tahapan pertama : observasi lapangan dan pengumpulan data																								
	Perumusan masalah																								
	Penyusunan proposal penelitian																								

