

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Media baru atau yang biasa disebut dengan memiliki definisi yang dimengerti oleh publik secara beragam. *New media* atau media baru adalah jenis media yang menggunakan internet dan teknologi digital dalam pemakaiannya. Dari banyaknya pengertian terkait *new media*, pengertian media baru yaitu media yang menggunakan wadah terbaru yang merangkul esensi dari media cetak, visual, dan audio dalam satu platform, dengan ciri khas utama berupa tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.

Media Baru juga dipandang sebagai sebuah platform yang belum terdapat pesaing yang mampu menyamai pertumbuhan jumlah penggunaannya hingga saat ini. Di negara-negara maju, cara untuk mendapatkan informasi kini bisa diandalkan melalui media baru untuk mengungguli berbagai jenis media yang sebelumnya berperan sebagai sumber referensi utama. Pada akhir abad ke-20, konsep *new media* muncul untuk merujuk kepada jenis media baru yang menggabungkan elemen dari internet dan media tradisional.

Media generasi terbaru, yang juga sering dikenal sebagai media siber atau media online, kerap juga disebut sebagai media generasi ketiga setelah media elektronik dan media cetak. Banyak media elektronik saat ini yang telah merambah ke ranah online sebagai saluran untuk menyebarkan berita dan mendukung presentasi konten. Tak hanya media elektronik, beberapa media

cetak juga telah mengembangkan bentuk online mereka sendiri sebagai pendukung komunikasi.

Media sosial merupakan platform di dunia maya yang mengizinkan penggunanya untuk memaparkan identitas mereka, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan sesama pengguna, dan membentuk hubungan sosial secara virtual. Dari definisi ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan masyarakat dalam menyelesaikan berbagai aktivitas atau tugas, karena semakin banyaknya platform media sosial baru yang muncul untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Namun, di tengah beragamnya jenis media sosial yang bermunculan saat ini, aplikasi hiburan seperti TikTok telah menjadi fenomena budaya yang populer dan diadopsi oleh berbagai kalangan masyarakat (Nasrullah, 2020 : 11).

Di era digital ini media sosial semakin menggantikan peran media massa konvensional. Kini, siapa pun bisa dengan lebih mudah mengakses media sosial melalui perangkat genggam mereka daripada harus menonton televisi atau membeli surat kabar yang memerlukan lebih banyak waktu dan biaya. Keunggulan smartphone yang terus berkembang setiap tahun, dipadukan dengan pertumbuhan penggunaan media sosial yang semakin meluas. Baru-baru ini, munculnya media baru telah menjadi topik pembicaraan karena fenomena yang muncul, yaitu situs jejaring sosial. Situs ini berfungsi sebagai wadah virtual di dunia maya untuk membentuk komunitas pertemanan yang dapat diakses oleh individu di seluruh dunia.

Kehadiran media sosial kini bukan lagi hal yang asing bagi masyarakat, bahkan sangat dikenal oleh semua pengguna internet. Media sosial memberikan kemudahan kepada pengguna atau anggotanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten dalam berbagai bentuk seperti vlog, blog, jejaring sosial, forum, serta dalam bentuk komunitas maya lainnya. Dengan semakin mudahnya akses internet, perkembangan media sosial berkembang sangat cepat, dan banyak yang memanfaatkan platform ini untuk keperluan pribadi, bisnis, serta penyebaran informasi, meskipun terkadang juga digunakan untuk menyebarkan informasi palsu (hoaks).

Tidak dapat dipungkiri bahwa sejak permulaan abad ke-21, teknologi komunikasi telah menimbulkan perdebatan pro dan kontra karena kedatangannya sebagai pendatang baru atau fenomena baru di industri media. Perubahan mendasar ini dirasakan secara bersama-sama oleh hampir semua pemilik atau pelaku dalam industri media, dan dampaknya mempengaruhi banyak individu yang akhirnya turut memengaruhi cara mereka mengakses berita. *Connected World*, batasan dimensi ruang dan waktu tidak lagi relevan dan terus berubah, dan efek globalisasi menjadikan dunia terus berputar tanpa batas. (McLuhan, 1994:12 ; Fakhri, Surahman, 2016a : 88)

Hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari kita semakin terhubung melalui beragam bentuk konten digital, termasuk akses terhadap pengetahuan, ekspresi budaya, interaksi sosial, pekerjaan, hal-hal politik, dan bahkan aktivitas perdagangan. Dalam usaha untuk mengenalkan beberapa aspek yang paling penting dan sering kali saling berlawanan, munculnya masyarakat digital

merupakan peristiwa dan konsep yang memiliki akar historis, seperti perkembangan komputasi terdistribusi pribadi dan internet, determinisme teknologi, evolusi konsep "pengguna" dan jenis-jenisnya, serta representasi audiens dan komunitas yang semuanya berada dalam konteks sosiohistoris dan latar belakang akademis yang berbeda-beda.

Kemajuan dalam teknologi komunikasi semakin membuka peluang seperti itu. Perkembangan teknologi telah membuat kriteria-kriteria seperti "satu arah" versus "dua arah," versus "tanpa perantara," dan "audiens besar yang seragam" versus "interaksi kecil yang akrab" menjadi kurang relevan dan oleh karena itu, kurang bermanfaat dalam memisahkan komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi (Peters, 1994). Inovasi ini didorong oleh Chaffe dan Metzger (2001) yang mengajukan gagasan bahwa masyarakat bisa melihat akhir dari komunikasi seperti contoh teknologi digital interaktif yang menggantikan siaran tradisional dan memberikan tingkat interaktivitas, personalisasi, serta kendali audiens yang sebelumnya belum pernah terjadi (Athique : 2013:163).

Proses perubahan komunikasi melalui media digital akhirnya membentuk masyarakat digital, dan hampir semua aspek kehidupan manusia dalam berkomunikasi telah dikuasai oleh media digital. Media digital adalah jenis media yang dikodekan dalam format yang dapat dibaca oleh mesin (*machine-readable*). Keberadaan media digital menjadi pendorong utama terbentuknya masyarakat digital, yang pada akhirnya memulai era baru dalam sejarah industri teknologi komunikasi dan informasi. Saat ini, dunia dan masyarakat digital mengalami transformasi menuju suatu lingkungan tanpa

kertas (*paperless*), karena semua bentuk informasi dapat diakses dan dikelola melalui komputer dan jaringan internet.

Sejak munculnya pandemi Corona (Covid-19) di Indonesia, masyarakat tanah air menunjukkan tingkat kreativitas yang lebih tinggi dalam mengemas informasi. Pada permulaan tahun 2020, aplikasi TikTok menduduki peringkat teratas sebagai platform hiburan yang paling banyak diunduh dan digunakan. TikTok, yang juga dikenal sebagai Douyin, merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok, pertama kali diluncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi TikTok menawarkan sarana hiburan bagi para penggunanya, memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri melalui konten video, termasuk dalam bentuk gerakan atau *lip sync* (sinkronisasi bibir dengan lirik lagu).

Meskipun bukan merupakan fenomena baru di Indonesia, aplikasi TikTok telah dikenal beberapa tahun sebelumnya, yakni pada tahun 2018 hingga 2019. Namun, pada masa itu, TikTok dianggap sebagai aplikasi digital berbasis video yang menghasilkan konten yang dianggap merendahkan. Puncaknya dari semua itu adalah ketika Kementerian Komunikasi dan Informatika memutuskan untuk memblokir TikTok. Penyebab utama pemblokiran tersebut adalah karena TikTok dianggap memproduksi konten yang bersifat negatif, terutama bagi kalangan anak-anak

Hampir seluruh *platform* media online mainstream baik lokal maupun nasional saat ini telah melibatkan TikTok sebagai saluran untuk menyebarkan

berita mereka. Pada awalnya, peran utama dari media sosial TikTok adalah untuk berbagi video *dance* yang kemudian dapat dilihat oleh berbagai kalangan.

Tetapi dengan kemajuan teknologi yang berlangsung dengan cepat dan perubahan dalam cara berkomunikasi, peran aplikasi TikTok telah mengalami perubahan. Sekarang, TikTok tidak hanya digunakan untuk berbagi momen menyenangkan semata, tetapi juga sebagai sumber berita dan informasi yang dapat diakses dengan cepat melalui media sosial tersebut

Sejumlah media besar di Kota Bandung telah membuat akun resmi di aplikasi TikTok sebagai media penyebaran berita. Salah satunya akun TikTok @beritainspira_ milik Inspira TV yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 1,1 juta dan likes kurang lebih 11 juta. Alasan peneliti memilih media sosial TikTok, karena aplikasi TikTok adalah aplikasi yang paling banyak digunakan oleh khalayak pada saat ini algoritma TikTok mampu menyebarluaskan konten dari pengguna mana pun tanpa memandang jumlah pengikutnya, dengan cara mengamati kebiasaan para pengguna aktif lebih efektif daripada aplikasi lainnya, yang dikenal sebagai "*For You Page*".

Penyebaran berita pada TikTok jauh lebih cepat dibandingkan dengan media sosial lain. Pada tahun 2020, pada bulan Oktober, TikTok berhasil meraih 2 miliar unduhan di seluruh dunia. Seperti "YouTube," TikTok konsisten dalam menyajikan konten berupa video. Selain itu, TikTok juga memiliki kemiripan dengan platform "Facebook" dan "Twitter," dimana menu utamanya langsung membawa pengguna ke "*Feeds*" atau pada TikTok disebut "*For Your Page*." Pada akhirnya, TikTok memiliki identitas sosial media yang unik dan menjadi

platform sosial media pertama yang menggabungkan berbagai karakteristik dari platform sosial media lainnya dalam satu aplikasi. Ini telah menciptakan semangat baru dalam dunia sosial media di dekade yang baru ini (Baharian Diko, 2021:1).

Inspira TV merupakan salah satu media yang menggunakan TikTok dalam penyebaran beritanya. Pada tanggal 1 September 2013, Inspira TV diberikan izin untuk melakukan siaran di wilayah Bandung. Sejak bulan November 2015, Inspira TV telah diberikan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) melalui keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor: 371/KEP/M.KOMINFO/10/2013. Inspira TV merupakan sebuah stasiun televisi swasta berjaringan nasional yang telah hadir dan melalui channel UHF digital di berbagai daerah di Indonesia.

Berlandaskan pada keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 840 Tahun 2014 yang berkaitan dengan izin prinsip penyelenggaraan penyiaran, Inspira TV merupakan sebuah saluran televisi digital yang telah mempersiapkan diri untuk memberikan inspirasi kepada generasi muda dan keluarga melalui sistem penyiaran terestrial. Dengan mengusung konsep "Inspiratif & Positif", Inspira TV memfokuskan diri pada penonton dari kalangan usia muda dan komunitas

Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul diatas sebagai judul skripsi dan peneliti akan melakukan analisis mendalam terhadap cara pengelolaan akun TikTok yang dilakukan oleh Inspira TV sehingga menjadi salah satu platform utama dalam menyebarkan informasi di wilayah Kota Bandung.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya, diperlukan fokus penelitian untuk menunjang peneliti dalam meneliti kasus pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media penyebaran berita pada Inspira TV. Fokus dalam penelitian ini adalah proses pengelolaan berita yang dilakukan Inspira TV, hal yang dipertimbangkan Inspira TV memilih media sosial TikTok sebagai media penyebaran berita, kriteria konten yang digunakan untuk disebarluaskan melalui media sosial TikTok Inspira TV, dan perencanaan sumber daya manusia dalam rekrutmen karyawan. Dari fokus penelitian tersebut menghasilkan beberapa pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pengelolaan berita pada media sosial TikTok @beritainspira_ yang dilakukan oleh Inspira TV?
2. Bagaimana pertimbangan Inspira TV dalam menggunakan aplikasi TikTok sebagai media untuk menyebarluaskan berita?
3. Bagaimana kriteria konten yang digunakan pada akun TikTok @beritainspira_?
4. Bagaimana perencanaan sumber daya manusia dalam rekrutmen karyawan sesuai dengan konsep kualifikasi Inspira TV?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui proses pengelolaan berita pada media sosial TikTok Inspira TV.
2. Untuk mengetahui pertimbangan apa saja yang mendorong Inspira TV dalam menggunakan aplikasi TikTok sebagai media untuk menyebarluaskan berita.
3. Untuk mengetahui kriteria konten yang digunakan pada akun TikTok Inspira TV.
4. Untuk mengetahui perencanaan sumber daya manusia dalam rekrutmen karyawan sesuai dengan konsep kualifikasi Inspira TV.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini bierisi kegunaan penelitian secara akademis dan secara praktis.

1.4.1 Secara Akademis

- a. Temuan dari penelitian ini dapat melengkapi dan memperjelas hasil-hasil penelitian sebelumnya terkait liputan berita di media konvensional terutama media sosial di wilayah Kota Bandung
- b. Temuan dari penelitian ini berpotensi memberikan dampak pada fakultas Ilmu Komunikasi UIN SGD Bandung untuk meningkatkan pemahaman tentang media sosial serta strategi penyebarannya.

- c. Hasil penelitian ini memiliki potensi untuk mendukung pertumbuhan institusi Pendidikan Jurnalistik, terutama dalam pengembangan Jurnalistik Online.

1.4.2 Secara Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharap dapat menambah wawasan peneliti mengenai media cara penyebaran berita melalui media sosial.
- b. Hasil dari penelitian ini diharap dapat menambah wawasan peneliti mengenai struktur media sosial.
- c. Hasil dari penelitian ini diharap dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi pada penelitian serupa.

1.5 Kajian Penelitian yang Relevan

Untuk menunjang kebenaran sebuah penelitian, diperlukan hasil penelitian yang telah ada sebelumnya. Sebelumnya telah ada penelitian yang juga membahas mengenai media sosial.

Pertama, Skripsi pada tahun 2021 oleh Asih Salima Nurrahman. Dengan judul penelitian “Pemanfaatan Instagram TV sebagai media baru dalam penyebaran berita : Studi deskriptif mengenai Instagram TV pada Tribun Jabar Online Kota Bandung.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa mengikuti perkembangan zaman dan Tribun Jabar yang memanfaatkan Instagram TV menjadi terobosan baru dalam menyampaikan berita kepada masyarakat.

Kedua, Skripsi pada tahun 2018 oleh Vivi Octaviani (Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung.) Dengan judul “Media Sosial sebagai Sumber Berita : Studi Kasus Terhadap

media online Detik.com.” Meskipun kedua penelitian memiliki variabel yang sama, yaitu berita dan media sosial, perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang digunakan sebagai referensi. Penelitian acuan membahas tentang sumber berita dalam media online yang diperoleh dari media sosial. Selain itu, perbedaan lainnya terletak pada metode yang digunakan dalam penelitian acuan, yaitu metode studi kasus, yang berbeda dengan metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, yakni metode deskriptif kualitatif.

Ketiga, Skripsi pada tahun 2017 oleh Hamidah Prawestri. Dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Berita pada Televisi Muhamadiyah (Studi Deskriptif pada Akun Instagram Televisi Muhamadiyah.” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teori penelitian difusi inovasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram dimanfaatkan dengan baik oleh Televisi Muhamadiyah.

Keempat, Skripsi pada tahun 2017 oleh Dinda Marta Almas. Dengan judul “Mahasiswa dan Instagram (Studi tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri di kalangan mahasiswa.)” Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dan teori penelitian yaitu teori hiperrealitas. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana siswa menggunakan media sosial untuk mengembangkan citra diri mereka, dan tidak hanya untuk bersenang-senang. Dengan begitu, mereka berharap dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.

Kelima, Skripsi pada tahun 2022 oleh Ratih Rahmah Maulidina. Dengan judul “Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pemenuhan Kebutuhan

Informasi Akademik Siswa SMAN 79 Jakarta.” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma deskriptif. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa siswa-siswi di SMAN 79 Jakarta memiliki motivasi khusus dalam menggunakan platform media sosial Instagram, yang dipengaruhi oleh tiga faktor utama. Pertama, Instagram dianggap sebagai sarana untuk mendapatkan informasi secara cepat. Kedua, para siswa memiliki kemampuan untuk mengikuti akun-akun yang terkait dengan pendidikan, termasuk akun-akun dari para pendidik. Terakhir, intensitas penggunaan media sosial Instagram oleh siswa di SMAN 79 Jakarta cenderung berada di bawah 5 kali dalam sehari, dengan durasi penggunaan sekitar 3-12 jam.

Tabel 1.1 Kajian Penelitian yang Relevan

Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Metode dan Teori Penelitian	Kesimpulan
Asih Salima Nurrahman/ 2021	“Pemanfaatan Instagram TV sebagai media baru dalam penyebaran berita”	Kualitatif/Difusi Inovasi	Tribun Jabar memanfaatkan media sosial Instagram TV dalam penyampaian berita kepada publik.
Vivi Oktaviani / 2018	“Media Sosial Sebagai Sumber Berita”	Kualitatif/ Studi kasus / <i>new media</i>	Pada media sosial Detik.com standar kelayakan berita harus menarik.
Hamidah Prawestri / 2017	“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Berita Pada Televisi Muhamadiyah”	Kualitatif/ Divusi Inovasi	Televisi Muhamadiyah secara efektif memanfaatkan platform media sosial instagram untuk mendistribusikan beritanya.
Dinda Marta/ 2017	“Mahasiswa dan Instagram”	Kualitatif/ teori hiperrealitas	Mahasiswa membentuk citra dirinya di media untuk

			diakui oleh masyarakat untuk dapat memberikan pengaruh positif bagi lingkungan sekitar dan audiens.
Ratih Rahmah Maulidina / 2021	“Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Siswa SMAN 79 Jakarta”	Kualitatif/paradigma deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa para siswa SMAN 79 Jakarta mempunyai motif dalam menggunakan media sosial instagram.

Sumber : Observasi Lapangan

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

Penelitian kualitatif lebih menitikberatkan pada unsur manusia, objek dan lembaga serta hubungan atau interaksi antara semua unsur tersebut untuk memahami peristiwa, perilaku atau fenomena yang terjadi (Mohamed, 2010). Dalam artian teori yang digunakan pada penelitian kualitatif sifatnya tidak mutlak. Semua data yang dikumpulkan oleh peneliti, baik data sekunder maupun data primer, tidak hanya berkaitan dengan teori yang digunakan. Namun juga, terdapat acuan lain yang relevan dalam pengumpulan data.

Bagi penelitian kualitatif, fungsi teori adalah untuk mengoptimalkan kemampuan dalam mengamati, mendalami, dan memahami suatu permasalahan secara lebih kompleks dan menyeluruh. Dalam hal ini, teori digunakan oleh peneliti sebagai acuan awal untuk pemahaman realitas wawancara mengenai

pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media penyebaran berita pada Inspira TV.

Penelitian ini menggunakan teori *New media* yaitu Pengaruh teknologi telah mengubah wajah media. Kemajuan teknologi dalam media menjadi peristiwa signifikan dalam sejarah umat manusia. Keberadaan bentuk dan praktik baru dalam penggunaan media muncul berurutan, terkadang menimbulkan perasaan kewalahan pada pengguna (konsumen media), otoritas, serta para pelaku industri media sendiri. Mereka merasa kesulitan untuk mengantisipasi perubahan ini. Tidak hanya itu, pemanfaatan dan eksploitasi teknologi media baru sering kali belum sepenuhnya dijelajahi, sebelum inovasi berikutnya muncul.

Dalam situasi ini, istilah "*new media*" atau "media baru" menjadi semakin populer sebagai ungkapan atau kata yang mendalam dalam tidak hanya kalangan praktisi industri media, tetapi juga di antara para peneliti dan ahli media. Banyak pihak mendefinisikan *new media* dengan pendekatan teknis-teknologis, mengartikannya sebagai bentuk-bentuk media yang menggunakan teknologi digital untuk mengemas konten dalam format multimedia dan memanfaatkan jaringan komputer sebagai jalur distribusi atau penyebarannya. (Miles, 1997., Rice, 1999., Barr, 2000., Flew, 2002).

Pada masa kini, untuk mendorong percakapan media, telah tersedia platform yang langsung, cerdas, interaktif, dan informatif. Teori *new media* telah membawa perubahan yang signifikan dalam ontologi media digital, menjadi ciri khas yang berpotensi menggantikan sejarah media pada abad sebelumnya. Berikut adalah pandangan beberapa pakar mengenai *new media*:

a. McQuail

New media adalah platform di mana semua pesan komunikasi dapat terpusat dan dengan mudah disebarkan melalui teknologi internet, melibatkan audiens dalam meningkatkan interaksi dan proses komunikasi.

b. Arshano Sahar

New media adalah bentuk media yang sepenuhnya berbasis digital dan terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju, terutama internet.

c. Abu Hassan Hasbullah

New media seperti "keyakinan baru" yang merentang melintasi batas-batas politik, ekonomi, dan agama, yang dianut oleh hampir seluruh penduduk dunia. Media baru memiliki dampak yang signifikan pada generasi muda karena memiliki pemahaman dalam bidang teknologi informasi dan memiliki "hasrat untuk mengetahui."

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *new media* merupakan bentuk komunikasi dan informasi yang datang dengan inovasi baru, di mana seluruhnya berbasis digital dan mengikuti perkembangan teknologi yang ada pada saat ini. Berikut adalah beberapa karakteristik dari *new media* :

a. Digitalisasi

Digitalisasi juga dikenal sebagai digitalisme, yang merupakan salah satu aspek dari media baru di mana hampir semua bentuk komunikasi dan informasi telah berubah menjadi format digital. Digitalisasi digunakan

untuk menggambarkan keadaan kehidupan dalam budaya digital yang sering dianalogikan dengan era modern dan pascamodern.

b. Konvergensi

Konvergensi merujuk pada integrasi komunikasi massa yang meliputi media cetak, televisi, radio, internet, serta teknologi portabel dan interaktif melalui beragam platform media digital. Tujuan dari konvergensi media adalah memberikan pengalaman yang dinamis.

c. Interaktivitas

Interaktivitas adalah proses komunikasi antara individu dan platform-platform media. Karakteristik ini memungkinkan *new media* untuk menghubungkan pesan-pesan yang memiliki keterkaitan satu sama lain.

d. Virtuality

Virtuality adalah saat platform daring hadir untuk memungkinkan audiens berinteraksi secara virtual dengan objek yang ingin diakses.

e. Hypertextuality

Hypertextuality merupakan elemen pokok dalam konten Internet, dibentuk melalui bahasa *markup hypertext* yang umumnya dikenal sebagai HTML. Salah satu ciri khas *new media* adalah penggunaan *hyperlink* internal dan eksternal dalam menyajikan berita. Penting untuk memahami sejauh mana pesan-pesan terhubung satu sama lain

New media memiliki perbedaan dengan media konvensional, karena isi beritanya tidak terikat pada satu platform media spesifik. Oleh karena itu, media baru memiliki ciri khas *hypertextuality*, yang

memungkinkan konten dapat dengan mudah dipindahkan dari satu perangkat ke perangkat lain. Informasi juga dapat disimpan secara elektronik daripada harus berupa bentuk fisik.

1.6.2 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini penulis ingin melakukan penelitian terhadap akun TikTok @beritainspira_ mengenai Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Penyebaran Berita pada Inspira TV. Penulis menggunakan teori *New Media*. Teori *New Media* adalah suatu kerangka konsep yang mengupas tentang transformasi media dari semula media tradisional menjadi digital di zaman ini, mencakup platform-platform sosial dan pemanfaatan jaringan internet yang menonjolkan interaksi serta kecepatan yang luar biasa. Teori ini juga menjelaskan bagaimana perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memengaruhi evolusi imedia menjadi *new media* serta membahas mengenai bagaimana peran teknologi dalam mengubah cara produksi, distribusi, dan akses terhadap konten media.

Peneliti menggunakan teori ini karena selaras dan relevan dengan pembahasan mengenai pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media penyebaran berita. Dimana teori *New Media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital yang meliputi media sosial dan penggunaan internet yang mempunyai tingkat interaksi dan kecepatan yang tinggi. Sama halnya dengan penelitian yang memilih media sosial TikTok sebagai media penyebaran berita karena penyebaran berita pada TikTok jauh lebih cepat dibandingkan dengan media sosial lain.

1.7 Langkah-langkah Penelitian

Agar penelitian ini tersusun secara sistematis dan tepat, maka peneliti memaparkan tahapan dan beberapa langkah penelitian sebagai berikut:

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Inspira TV, Jalani Parakan Saat I No.40 Kota Bandung.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

a. Paradigma

Paradigma merupakan suatu sudut pandang yang digunakan untuk menginterpretasi kompleksitas dunia nyata. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme adalah pendekatan dalam bidang komunikasi yang meyakini bahwa realitas sosial memiliki sifat relatif, artinya realitas sosial terbentuk melalui proses konstruksi sosial. Faktanya, realitas sosial tidak dapat berdiri sendiri tanpa peran individu, baik di dalam maupun di luar konteks realitas tersebut. Individu bertindak dalam mengkonstruksi realitas sosial dan kemudian merefleksikannya dalam dunia nyata. Selanjutnya, realitas tersebut dapat diperbaiki berdasarkan interpretasi individu lain dalam lingkungan sosial mereka. Konstruktivisme dipahami sebagai aktivitas kognitif individu dalam mengartikan dunia nyata yang ada. (Bungin, 2011).

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena beberapa tujuan dan manfaat sebagai berikut:

1. Pemahaman Mendalam tentang Proses Konstruksi Pengetahuan

Paradigma konstruktivisme menekankan bahwa pengetahuan tidak hanya diterima secara pasif, tetapi dibangun melalui interaksi individu dengan lingkungan dan informasi yang ada. Dalam konteks penelitian ini, paradigma ini membantu penulis memahami bagaimana berita dikonstruksi dan diterima oleh audiens pada media sosial TikTok.

2. Analisis Konteks Sosial dan Budaya

Konstruktivisme mengakui peran penting konteks sosial dan budaya dalam membentuk pengetahuan. Dalam penelitian ini, penulis dapat menganalisis bagaimana budaya, nilai-nilai, dan norma-norma sosial memengaruhi cara berita disebarluaskan dan diterima di platform TikTok, terutama pada TikTok beritainspira.

3. Fokus pada Partisipasi Aktif dan Interaksi

Paradigma konstruktivisme mendorong pandangan bahwa individu aktif dalam proses pembelajaran dan penciptaan pengetahuan. Dalam konteks media sosial TikTok, peneliti dapat mengkaji bagaimana audiens berinteraksi dengan berita, apakah melalui komentar, *likes*, tindakan berbagi, atau tindakan lainnya, dan bagaimana interaksi ini membentuk persepsi mereka terhadap berita tersebut.

4. Penekanan pada Proses Pembelajaran dan Penciptaan Pengetahuan yang Berkelanjutan

Dalam paradigma konstruktivisme, pembelajaran adalah proses yang berkelanjutan dan terus-menerus. Dalam penelitian ini, peneliti

dapat menjelajahi terkait dengan bagaimana penyebaran berita melalui TikTok dan Inspira TV dapat menjadi bagian dari proses pembelajaran dan penciptaan pengetahuan yang terus berkembang bagi audiens.

5. Menjembatani Teori dengan Praktik

Pendekatan konstruktivisme memungkinkan peneliti untuk menjembatani teori dengan praktik dalam konteks pemanfaatan media sosial TikTok. Peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana teori-teori konstruktivisme diterapkan dalam praktik penyebaran berita di Inspira TV melalui TikTok beritainspira, serta dampaknya terhadap berita yang dihasilkan, diterima, dan digunakan oleh audiens.

b. Pendekatan

Pendekatan merujuk pada seluruh rangkaian metode atau langkah dalam proses penelitian, yang meliputi tahap perumusan masalah hingga penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang sepenuhnya terlibat dengan subjek penelitian, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam memahami fenomena yang terjadi. (Sugiyono, 2011 : 9).

Pendekatan kualitatif ini sejalan dengan paradigma konstruktivisme dengan memperdalam fenomena yang akan diteliti. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan memvalidasi data dan juga fenomena secara lebih mendalam. Selain itu, pendekatan kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena dengan lebih mendalam menggali dinamika komunikasi digital

dalam konteks media sosial. Peneliti dapat menyelidiki bagaimana pesan disampaikan, disajikan, dan direspons di TikTok.

1.7.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif. Studi deskriptif ini menjadi strategi dalam penelitian di mana peneliti secara rinci dan teliti menginvestigasi suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu dengan tujuan memberikan deskripsi yang komprehensif, menyeluruh, dan mendalam.

Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat mengidentifikasi tren dan pola dalam penggunaan TikTok sebagai media penyebaran berita. Peneliti dapat mengamati apakah ada tren tertentu dalam penyebaran berita pada platform TikTok beritainspira, seperti topik yang paling sering dibahas atau jenis konten berita yang paling populer

Peneliti memilih metode studi deskriptif karena metode tersebut merupakan pendekatan yang tepat untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang membutuhkan analisis mendalam terhadap objek penelitian. Kesimpulan yang dihasilkan dari pertanyaan-pertanyaan ini akan berupa deskripsi yang terperinci dan sistematis, yang didasarkan pada data yang diperoleh melalui proses wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data merujuk pada informasi atau fakta yang penulis kumpulkan atau gunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian serta mendukung argumen penulis. Data merupakan elemen yang sangat penting dalam penelitian, karena merupakan dasar untuk analisis, kesimpulan, dan temuan yang penulis paparkan dalam skripsi.

- 1) Data tentang proses pengelolaan berita yang terdiri dari pengolahan, penyajian dan penayangan pada media sosial TikTok @beritainspira_ yang dilakukan oleh Inspira TV.
- 2) Data tentang pertimbangan atau pendapat Inspira TV dalam menggunakan aplikasi TikTok sebagai media untuk menyebarkan berita.
- 3) Data tentang kriteria konten yang digunakan pada akun TikTok @beritainspira_.
- 4) Data tentang kualifikasi karyawan yang dapat meningkatkan *viewers* berita inspira pada Inspira TV.

Dalam penelitian ini, data akan diambil dalam bentuk deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif merupakan salah satu bentuk pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau penjelasan mendalam, komprehensif, dan rinci terhadap situasi sosial yang menjadi fokus penelitian.

b. Sumber Data

Dalam konteks penelitian kualitatif, Moleong (2004) dalam bukunya yang berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif*, seperti yang dijelaskan dalam Farida (2014), mengidentifikasi sumber data utama sebagai kata-kata yang diucapkan dan tindakan yang diamati. Di samping itu, terdapat sumber data tambahan seperti dokumen dan elemen lainnya. Sumber-sumber data ini menjadi pijakan informasi yang digunakan untuk mendukung argumen, menemukan pola, serta merumuskan kesimpulan dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu:

1) Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang dihimpun dan diolah secara langsung dari sumber atau lembaga yang bersangkutan. Data primer juga dapat diperoleh secara langsung, baik melalui observasi, riset, dan wawancara kepada informan/narasumber mengenai pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media penyiaran berita pada Inspira TV Bandung yang telah ditentukan oleh peneliti.

Dalam upaya memperoleh data yang sesuai, peneliti memanfaatkan metode panduan wawancara (*interview guide*). Pendekatan ini, sebagaimana disarankan oleh Patton (dikutip dalam Sylvana, 2015), melibatkan penyusunan serangkaian pertanyaan terstruktur dalam sebuah panduan wawancara. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali realitas secara mendalam, dengan tujuan memperoleh pemahaman dan penjelasan yang komprehensif.

Untuk memperoleh data yang sesuai, peneliti menerapkan metode panduan wawancara (interview guide). Pendekatan ini, sebagaimana diuraikan oleh Patton (sebagaimana disebutkan dalam Sylvana, 2015), melibatkan penyusunan panduan atau pedoman pertanyaan wawancara yang bertujuan untuk mengungkapkan kenyataan dengan tujuan memperoleh pemahaman dan penjelasan yang mendalam.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari sumber kedua yang memuat data yang relevan. Data sekunder berfungsi sebagai pelengkap atau penjelas tambahan yang bisa digunakan untuk perbandingan. Ini termasuk informasi yang telah ada sebelumnya, seperti referensi buku, artikel di majalah, jurnal, dan dokumen terkait yang berhubungan dengan topik penelitian ini.

1.7.5 Informan atau Unit Analisis

Informan adalah orang yang akan menjadi sumber berita atau biasa disebut narasumber yang akan memberikan keterangan dan informasi tentang masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian kualitatif, terdapat tiga jenis informan, yaitu:

- a. Informan kunci, yaitu individu yang memiliki pemahaman umum dan konseptual tentang sebuah informasi.
- b. Informan utama, yaitu yang mengetahui informasi penting dari objek penelitian yang akan diteliti.

- c. Informan Pendukung, bertujuan untuk mendapatkan informasi yang berguna dan relevan dengan penelitian. Informan pendukung ini ada kaitannya dengan objek penelitian.

Peneliti berusaha memperoleh tambahan sumber data melalui pelaksanaan wawancara secara mendalam dengan tiga informan. Yaitu kepada CEO Inspira Media, direktur *business and creative production*, dan admin sosial media Inspira TV.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi

Peneliti akan melakukan pengamatan dan pencatatan secara terstruktur dan pencatatan terperinci pada dua objek yang menjadi fokus utama, yaitu Inspira TV dan akun TikTok @beritainspira_. Melalui teknik observasi ini, diharapkan muncul berbagai informasi yang dapat mengungkapkan hubungan antara berbagai aspek yang terlibat. Tujuan menggunakan teknik observasi ini adalah untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan dan menghasilkan kesimpulan yang akurat.

- b. Wawancara

Peneliti akan melaksanakan serangkaian wawancara dengan anggota tim redaksi untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Kepada jajaran redaksional seperti CEO Inspira TV Bandung, Kepala Divisi News Sosmed, Admin Sosial Media TikTok @beritainspira_.

Selain itu, beberapa individu yang terlibat dalam aspek manajerial akan diwawancarai untuk memberikan penjelasan mengenai pertanyaan-

pertanyaan yang diajukan. Pendekatan wawancara ini akan melibatkan pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti dan memiliki tingkat kedalaman yang signifikan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi, sebagai teknik pengumpulan data, melibatkan pengkajian terhadap dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian. Dokumen yang dikaji bisa berupa surat, laporan, catatan harian, benda-benda kenangan, dan sejenisnya. Data yang dihimpun juga mencakup sumber-sumber seperti otobiografi, materi daring, mikrofilm, media penyimpanan seperti cakram (disk), hard disk, dan lainnya.

Teknik pengumpulan data ini dianggap cocok karena peneliti memiliki kemampuan untuk secara langsung melihat, mendengar, memahami, dan menyimpulkan informasi saat berinteraksi langsung dengan narasumber. Hasil data yang diperoleh pun memiliki tingkat akurasi yang lebih tinggi dan dapat dipertanggungjawabkan.

1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pada teknik penentuan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi data adalah metode analisis yang umumnya digunakan dalam penelitian untuk memverifikasi dan menguji validitas temuan dengan membandingkan berbagai sumber atau pendekatan yang berbeda. Dalam konteks penelitian mengenai Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Penyebaran Berita pada Inspira TV, peneliti menggunakan teknik triangulasi data untuk menguatkan hasil penelitian.

Triangulasi data dilakukan dengan tiga metode yaitu observasi, dokumentasi dan wawancara mengenai Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Penyebaran Berita pada Inspira TV. Guna mendapatkan keakuratan data yang tepat dan pemahaman yang menyeluruh mengenai informasi yang akan diteliti.

1.7.8 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif pada penelitian ini, perolehan data didapatkan dari proses wawancara dengan informan. Setelah itu, penelitian ini menjelaskan secara deskriptif tentang hasil dari wawancara tersebut. Kemudian didalam penelitian ini akan ditarik kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah salah satu tahap penting dalam analisis data, terutama dalam metode penelitian kualitatif. Ini melibatkan penyusutan dan penyederhanaan data mentah yang telah dikumpulkan di lapangan agar dapat diolah lebih efisien dan menghasilkan temuan yang lebih jelas dan bermakna. Reduksi data meliputi: (1) meringkas data, (2) menerapkan kode, (3) mengidentifikasi pola tema, (4) menguji temuan penelitian.

b. Display atau Penyajian Data

Tahap lain dalam analisis data kualitatif adalah *display data* atau penyajian data atau tampilan data. Ini melibatkan pengorganisasian yang

terstruktur dari kumpulan data, sehingga dapat dipahami dengan mudah, dan pada akhirnya menghasilkan kesimpulan

c. Interpretasi atau Penafsiran Data

Interpretasi data adalah proses menganalisis dan menjelaskan makna dari data yang telah dikumpulkan dalam penelitian. Interpretasi ini bertujuan untuk menghubungkan hasil penelitian dengan pertanyaan penelitian, mengidentifikasi melalui penerapan berbagai teknik analisis, peneliti memproses data dan mencapai kesimpulan yang relevan. Proses analisis data membantu peneliti dalam mengelompokkan, mengenali, dan merangkum data guna memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan penting.

d. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif diharapkan menghadirkan temuan yang inovatif dan sebelumnya belum terungkap. Temuan tersebut bisa berupa gambaran baru atau deskripsi dari suatu objek yang sebelumnya ambigu, dan melalui penelitian, menjadi lebih terang. Inti dari kesimpulan ini merupakan respon terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian dan menjadi hasil akhir yang menjelaskan rangkuman keseluruhan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, kesimpulan harus didasarkan pada bukti yang kuat, diambil dari data yang diperoleh langsung dari narasumber, dan tidak dipengaruhi oleh keinginan peneliti.