

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehadiran media massa mampu mengubah dunia yang kecil menjadi lebih luas, menjadi penghubung antara orang - orang dengan lingkungannya. Pesan – pesan yang disampaikan pun beragam dari berbagai peristiwa yang terjadi. Menghadirkan fakta dan data dengan akurat, karena media massa memiliki banyak fungsi, salah satunya informasi dan komunikasi. Fungsi – fungsi tersebut mampu dimanfaatkan dengan baik oleh khalayak. Terlebih saat ini perkembangan teknologi berdampingan begitu erat dengan media massa, dan terhadap kehidupan manusia.

Media massa pun terbagi ke dalam dua bagian, yaitu media cetak dan media elektronik. Sehingga bentuk media massa beragam, seperti diantaranya surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan internet (media *online*). Lebih spesifik, media *online* (internet) memiliki karakteristiknya sendiri, beserta keunggulan hingga kekurangannya. Jika saat ini, penggunaan internet mulai lebih banyak digunakan masyarakat, sebab pertumbuhan dari masa ke masa mengharuskan setiap orang mengikutinya dengan baik.

“Melalui internet, setiap orang akan memasuki dan menemukan desa dunia. Melalui internet pun, setiap orang seperti akan melakukan migrasi dari dunia nyata ke dunia maya. Waktu, jarak dan tempat menjadi bagian penting dalam dunia nyata. Namun tidak berlaku untuk dunia maya, sebab dunia maya begitu perkasa karena mampu menghapus dimensi waktu. Salah satunya internet digunakan sebagai media penyebaran informasi, hingga forum pertukaran pendapat yang dapat dimanfaatkan khalayak”. (Sumadiria, 2019: 237).

Forum tersebut dapat dijangkau dengan menggunakan media sosial. Pada akhirnya banyak pengguna media sosial yang memanfaatkannya sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi. Media sosial secara aktif mengikuti perkembangan teknologi. Memenuhi hampir seluruh kebutuhan masyarakat dengan baik. Seperti kebutuhan untuk bersosialisasi, mendapatkan informasi, bahkan hingga mendapatkan hiburan. Banyak pengguna dari kaum remaja yang menggunakannya secara intensif. Media sosial pun dikatakan sebagai suatu kebutuhan internal dan eksternal. Tidak secara eksplisit dirasakan, pengaruhnya dapat terlihat setelah jangka waktu yang lama, atau bahkan dalam hal – hal yang tidak terasa secara langsung. Fungsinya digunakan sebagai perantara yang menjembatani banyak orang, yang awalnya sulit terjangkau namun dengan menggunakan media sosial akan lebih mudah terjaring satu sama lain.

Urgensi yang perlu diperhatikan dari media sosial ini ialah pengaruh positif yang bisa didapatkan oleh penggunanya itu sendiri. Khalayak secara aktif mampu menyaring kembali informasi yang diterimanya dari sebuah media sosial. Seperti halnya asal informasi yang didapat, sumber yang memiliki nilai kredibilitas bahkan akurasi sesuai dengan faktualitasnya. Hal – hal tersebut untuk meminimalisir hadirnya hoaks yang dengan cepat menyebar di antara pengguna media sosial. Terlebih, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui cara mendapatkan informasi yang akurat. Sulitnya membedakan informasi yang terpercaya, atau informasi yang hanya sekedar kabar burung dapat menyebabkan hoaks tersebar dengan *oversharing*.

Maka dari itu, kini media massa turut meramaikan aktifnya media sosial. Media konvensional memanfaatkan dengan baik penggunaan media sosial yang saat ini tengah digandrungi. Pemanfaatan tersebut digunakan sebagai penyebaran berita sekaligus informasi. Media massa dan media sosial kini mampu berdampingan dengan memberikan pengaruh positif bagi penggunanya. Fungsi komunikasi massa pun menjadi peran yang baik untuk masyarakat itu sendiri.

Media sosial hadir dengan berbagai jenis dari beberapa platform, seperti *instagram, twitter, youtube, facebook, tik tok*, dan sebagainya. Namun kini, salah satu media sosial *tik tok* sering bermunculan dimana – mana. *Tik tok* merupakan sebuah aplikasi berjejaring sosial, mampu menampilkan audio, visual, teks yang menarik. Pengguna *tik tok* mampu menyajikan video dengan gaya dan ciri khas tersendiri, yang mampu menarik banyak penonton. Pada dasarnya, pengguna *tik tok* mampu secara kreatif mengedit video sesuai dengan konten yang akan dipublikasikan nantinya. Video yang diunggah biasanya berdurasi kurang lebih 30 detik, dengan adanya *special effect* yang unik dan beragam, sehingga pengguna dapat memanfaatkannya dalam mendorong kreativitas masing – masing. Selain itu, audio dengan musik yang dapat dinikmati dan menghibur pengguna menjadi daya tarik yang dimiliki *tik tok*. Maka dari itu, *tiktok* menjadi salah satu media sosial yang memiliki banyak perhatian, karena melengkapi segala fitur menarik yang dimilikinya.

Nikkei Asia dalam *Tirtoid* mengungkapkan hasil survey unduhan global yang dilakukan perusahaan riset aplikasi mobil App Annie yang lokasinya di Amerika Serikat dikatakan, jika popularitas media sosial *tiktok* meningkat pesat di

Eropa dan Amerika saat pandemi Covid-19. Hal ini pun juga ditandai dengan adanya 500 juta pengguna akun *tiktok* di 150 negara. Di Indonesia per Juli 2017 lalu, *tiktok* mengklaim mempunyai 10 juta pengguna. Data survey tersebut dapat dilihat seperti dalam **Gambar 1.1** dibawah ini.

Gambar 1.1
Survey Jumlah Pengguna Media Sosial

Apps ranked by number of downloads

	Ranking		App (Country)	Description
	2020	2019		
Worldwide	1	4	TikTok* (China)	Short videos
	2	2	Facebook (U.S.)	Social media
	3	3	WhatsApp (U.S.)	Messaging
	4	5	Instagram (U.S.)	Social media
	5	1	Facebook Messenger (U.S.)	Messaging
	6	7	Snapchat (U.S.)	Social media
	7	8	Telegram* (Russia)	Messaging
	8	6	Likee (China)	Short videos
	9	11	Pinterest (U.S.)	Social media
	10	9	Twitter (U.S.)	Microblogging
Asia (Excluding China)	1	1	Facebook (U.S.)	
	2	2	TikTok* (China)	
	3	4	WhatsApp (U.S.)	
	4	6	Instagram (U.S.)	
	5	3	Facebook Messenger (U.S.)	
	6	**	Snack Video (China)	
	7	15	Telegram* (Russia)	
	8	12	Snapchat (U.S.)	
	9	10	Truecaller (Sweden)	
	10	5	Likee (China)	

*Based on country where first developed **Not available
Source: Compiled by Nikkei based on data from U.S.-based App Annie

Tirtoid mewartakan berdasarkan data dari *SensorTower*, pada Februari 2019 lalu, *tiktok* telah diunduh di Amerika Serikat sekitar 5 juta kali, dengan pendapatan yang diterima mencapai nilai 2 juta dolar AS. Masih dalam laman yang sama, *tirtoid* melansir *Techcrunch*, berawal dari investasi sebanyak 3 miliar dolar AS, ByteDance yang menghadirkan *tiktok*, saat ini telah tumbuh menjadi start-up teknologi bernilai paling tinggi di dunia. Hal tersebut dibuktikan dengan valuasi

mencapai 75 miliar dolar AS. Oleh karena itu, *tiktok* menjadi sasaran peneliti dalam melakukan penelitian ini karena nilai dan tingkat penggunaannya telah sangat populer di masyarakat.

Disamping itu, pemanfaatan *tik tok* pun salah satunya sebagai media informasi. Tidak banyak yang orang ketahui secara langsung, namun manfaatnya bisa dirasakan oleh pengguna *tik tok* itu sendiri. Dibuktikan salah satunya dengan bermunculan akun – akun media konvensional di *tik tok*, seperti Kompas, Tempo, MetroTV, Pikiran Rakyat, hingga media – media lokal seperti Radar Karawang. Terkhusus di era serba digital menjadikan media massa mengalami konvergensi media atau penggabungan dan peralihan media konvensional dengan memanfaatkan jejaring internet untuk dapat bertahan di industri media ini. Alasannya, karena produksi media online tidak memangkas biaya yang besar dibanding media cetak. Selain itu karena sasarannya luas dan efektif bahkan fleksibel terhadap waktu penyangan. Sehingga media massa – media massa tersebut mencoba menyampaikan informasi melalui media sosial *tik tok*.

Fenomena penggunaan internet dan media sosial semakin berkembang dan terus bertambah, menjadikan media massa memiliki sasaran baru. Seperti kalangan dewasa dan remaja usia ke bawah yang aktif menggunakan media sosial *tik tok*. Informasi dapat disampaikan melalui budaya baru. Melansir dari *kompasiana.com*, dijelaskan jika *tik tok* sebagai *pop culture* masyarakat Indonesia. Mengingat jumlah pengguna *tik tok* yang tinggi menandakan bahwa *tik tok* menjadi budaya yang sangat diminati oleh masyarakat. Melalui budaya baru tersebutlah menjadi peluang yang dilihat oleh media massa. Budaya merupakan sebuah adat atau kebiasaan yang

dilakukan masyarakat, sehingga budaya tersebut melekat pada diri setiap individunya. Dampak positifnya, *tik tok* menjadi media mencari informasi dan berita, dalam internet mendapatkan banyak informasi dan berita menarik, dengan cara mengetik kata kunci di kolom pencarian pengguna sudah dapat informasi dan berita yang diinginkan.

Meski terlihat sebagai aplikasi yang berfungsi untuk menghibur, namun ternyata hal tersebut menjadi peluang masuknya media massa dalam penyebaran berita, salah satunya dilakukan oleh media Pikiran Rakyat dengan akun *@pikiranrakyat*. Peristiwa – peristiwa penting yang perlu sampai ke publik melalui *tik tok* merupakan salah satu cara cerdas jika ditelaah kembali. Pasalnya, mayoritas kaum remaja yang menggunakan *tik tok* masih banyak yang acuh terhadap pemberitaan. Setidaknya selain sebagai media hiburan, *tik tok* dapat digunakan untuk hal positif lainnya yang dimanfaatkan Pikiran Rakyat.

Pikiran Rakyat merupakan salah satu surat kabar yang berpusat di kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Kini, Pikiran Rakyat sebagai media massa mampu bersaing dengan mengikuti perkembangan teknologi dan pertumbuhan tren di antara masyarakat Indonesia. Dalam akun *tiktoknya* memiliki pengikut sebanyak 2,8 juta orang lebih. Sejumlah berita yang disajikan dalam bentuk video tersebut pun dapat menarik penonton hingga puluhan bahkan ratusan ribu orang. Hal tersebut setidaknya memperlihatkan jika informasi bisa sampai ke publik. Terkhusus mengenai informasi – informasi lokal bagi masyarakat Jawa Barat hingga peristiwa nasional lainnya.

Selain itu, pemilihan Pikiran Rakyat sebagai objek penelitian skripsi ini ialah jumlah pengikut yang lebih besar dibanding media besar Jawa Barat lain. Salah satunya seperti Tribun Jabar dengan jumlah *followers* sebesar 1,4 juta, dibanding Pikiran Rakyat yang berjumlah 2,8 juta *followers*. Sehingga dapat diasumsikan jika Pikiran Rakyat memiliki kredibilitas hingga kualitas yang dipercaya oleh masyarakat Jawa Barat. Selain itu, meski termasuk media lokal Jawa Barat, tidak dipungkiri jika Pikiran Rakyat pun mempublikasikan berita-berita nasional seperti Pemilihan Umum Presiden, Turnamen Piala Presiden, PSI, dan lain-lain. Diasumsikan hal tersebut pun menjadi salah satu ketertarikan pengguna *tiktok* hingga akhirnya mengikuti Pikiran Rakyat.



Pikiran Rakyat mampu menjadi cerminan bagi media massa lain dalam menyampaikan informasi. Media massa yang berpusat di satu daerah ataupun di daerah tertentu saja biasanya menjadi pusat informasi yang paling dicari, karena dekat dengan lingkungan dan kehidupan sosialnya. Namun, meski media massa yang berpusat di Bandung, tidak menutup kemungkinan ia menyajikan informasi dalam skala nasional lainnya. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, pengikut Pikiran Rakyat di *tiktok* tidak bisa dikatakan sedikit. Terlebih ia hanyalah media massa lokal yang berpusat di kota Bandung.

Namun, perlunya pengawasan yang dilakukan untuk media massa dalam penyebaran berita yang dilakukan. Melihat efektivitas penyampaian informasi tersebut benar – benar menjadi pengaruh untuk pengguna *tik tok*. Sehingga hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi Pikiran Rakyat untuk menjadikan *tik tok* sebagai platform pemberitaan. Terlebih karena kondisi geografis, psikologis dan sosiologis masyarakat yang berbeda – beda. Adapun guna memperlihatkan efektivitas dari media sosial dalam mengelola kontennya itu sendiri dengan jumlah pengikut mereka yang tidak bisa dikatakan sedikit. *Tik tok* pun menjadi peluang yang digunakan Pikiran Rakyat agar lebih banyak pesan dan informasi yang disampaikan, sehingga memudahkan khalayak dalam mencerna informasi. Tampilan dalam bentuk video pun menjadi salah satu daya tarik, supaya publik tidak merasa bosan ataupun jenuh dalam menerima pemberitaan.

Metode seperti itu dianggap efektif dalam penyebaran berita, terkhusus dengan memanfaatkan media sosial yang tengah tren dan aktif digunakan publik. Kalangan remaja yang juga seharusnya tidak acuh terhadap peristiwa – peristiwa penting, menjadi suntikan terhadap fungsi media massa sebagai alat kontrol sosial, yang mampu ditanamkan dengan cara ini. Membantu pemikiran yang aktif dan kritis bagi kalangan remaja tersebut untuk terus memperhatikan lingkungannya, dengan menyajikan pemberitaan secara intensif.

1.2 Fokus Penelitian

Dari latar belakang yang telah diuraikan, fokus penelitian yang ditetapkan adalah terkait pemanfaatan media sosial *tik tok* sebagai platform pemberitaan.

Adapun, beberapa pertanyaan yang dijawab melalui penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana intensitas penggunaan akun *tik tok* @pikiranrakyat sebagai media penyebaran berita?
- 2) Bagaimana pengelolaan isu akun *tik tok* @pikiranrakyat sebagai media penyebaran berita?
- 3) Bagaimana pengaruh akun *tik tok* @pikiranrakyat sebagai penyebaran berita?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui intensitas penggunaan *tik tok* akun @pikiranrakyat sebagai media penyebaran berita
- 2) Mengetahui pengelolaan isu *tik tok* akun @pikiranrakyat sebagai media penyebaran berita
- 3) Menguraikan pengaruh akun di akun *tik tok* @pikiranrakyat sebagai penyebaran berita

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini ditinjau dari dua aspek, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, diantaranya sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Secara ilmiah, penelitian ini mampu memperlihatkan pemikiran terkait pemanfaatan media sosial *tiktok* sebagai platform pemberitaan, khususnya pada akun *tiktok* Pikiran Rakyat
2. Dapat menjadi referensi maupun sumbangan pustaka bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai efektivitas media sosial *tik tok* sebagai platform pemberitaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Masyarakat

Penelitian ini menjadi pemahaman yang baik untuk masyarakat, supaya bersama-sama memanfaatkan media sosial sebagai sumber penerimaan berita dan informasi. Terlebih, guna meminimalisir penyebaran informasi dari sumber yang tidak kredibel dan bisa lebih bijak dalam menggunakan media sosial.

2. Bagi Peneliti

Peneliti memperoleh pengetahuan serta wawasan yang lebih luas, dengan mendapatkan informasi dan memperlihatkan dampak positif dari sebuah media sosial *tiktok*, khususnya dalam memperoleh informasi dari suatu pemberitaan.

3. Bagi Akademik

Bagi akademik, penelitian yang dilakukan ini diharapkan mampu memberikan sumbangan, baik secara praktis ataupun teoritis sehingga dapat mengembangkan studi ilmu komunikasi jurnalistik. Terkhusus, dalam bidang efektivitas media sosial *tiktok* sebagai platform pemberitaan.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian tidak terlepas dari beberapa rujukan sebagai sumber yang menjadi pendukung. Beberapa referensi diambil dari penelitian sebelumnya yang telah selesai dilaksanakan, sehingga peneliti dapat melihat kembali hasil dari penelitian yang telah dilakukan tersebut. Adapun hal ini untuk memfokuskan beberapa studi agar dapat berkaitan satu sama lain.

Hasil penelitian sebelumnya diperlukan sebagai rujukan penulis untuk dapat dijadikan data dasar dan memperkaya wawasan, baik melalui teori, konsep dan metode yang tertulis. Penulis menjadikan sejumlah penelitian terkait efektivitas media sosial, media baru, penyebaran informasi dan berita, penggunaan aplikasi *tik tok*, dan penggunaan media massa pada media sosial.

Ali Akbar (Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2018) dengan judul “Efektifitas Youtube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)”. Hasil penelitiannya ialah terdapat efek yang didapat dalam penggunaan Youtube, yang meliputi efek kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan efek berkhayal. Lalu memperlihatkan keefektifan *Youtube* dalam menyebarkan informasi secara praktis, serta bertambahnya *subscriber* dan sasaran khalayak yang lebih luas (global). Meski terdapat hambatan dalam efektivitas tersebut karena permasalahan internet yang tidak stabil. Sehingga efektivitas tersebut pun menghasilkan keunggulan lain, seperti dimanfaatkan sebagai media promosi, baik media cetak ataupun *online* supaya audiensnya semakin bertambah dan meluas.

Menurut Riska Marini (Pendidikan Agama Islam, 2019) dengan judul “Pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah”. Berdasarkan hasil penelitiannya memperlihatkan adanya pengaruh positif yang diciptakan dari media sosial *tik tok* terhadap prestasi belajar. Hal tersebut pun dibuktikan dengan hitungan penelitian yang dilakukan pada Uji-correlation diperoleh nilai $t(\text{hitung}) > t(\text{table})$ yaitu $14,21978769 > 2,002272456$.

Penelitian yang dilakukan Bella Nadyantana Mulia (Komunikasi Penyiaran Islam, 2018), dengan judul “Efektivitas Media Sosial Instagram @fuadbakh sebagai Media Dakwah (ditinjau dari teori jarum hipodermik)”. Meninjau hasil penelitiannya, menunjukkan bahwa @fuadbakh terbukti cukup berperan sebagai media dakwah. Hal tersebut setidaknya terlihat dari hitungan nilai R square sebesar 26,2% yang berarti bahwa sisa presentase dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Penelitian dari Azman (Ilmu Komunikasi, 2018), dengan judul “Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa komunikasi lebih percaya media massa dalam mendapatkan informasi. Alasannya, karena informasi yang disajikan lebih akurat. Tetapi, dalam penggunaan media sosial bertujuan untuk membangun hubungan pertemanan yang lebih akrab, dan menjadikan media sosial seperti *whatsapp* sebagai grup diskusi perkuliahan, kelompok alumni sekolah, grup organisasi, grup membangun bisnis dan grup – grup lainnya yang diperlukan. Disamping itu, mahasiswa komunikasi lebih banyak mendapatkan informasi dari media sosial dibanding media massa itu sendiri.

Artinya, penggunaan media sosial yang cukup sering akan membuat informasi lebih cepat tersampaikan melalui media sosial itu.

Penelitian lainnya dari Dila Mayang Sari (Bimbingan dan Penyuluhan Islam, 2021) dengan judul “Penggunaan Aplikasi Tik Tok sebagai Ajang Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tik Tok pada Mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi)”. Hasil penelitian memperlihatkan jika penggunaan aplikasi *tik tok* pada mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi terbagi ke dalam 3 bagian, yakni penggunaan aplikasi *tik tok* untuk mengekspresikan diri, mendapatkan hiburan atau menghilangkan kebosanan, serta hanya sebatas sebagai pengguna tetapi tidak untuk mempublikasikan apapun. Berbeda halnya untuk motifnya tersebut ialah untuk mengisi waktu luang dan belajar percaya diri dalam pembuatan video yang menarik.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Judul	Tujuan	Metode	Hasil	Relevansi
1.	Ali Akbar “Efektifitas Youtube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)”	Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui efektifitas Youtube dalam menyebarkan informasi di Serambi on TV, serta untuk	Metode yang digunakan ialah metode deskriptif kualitatif. peneliti berusaha menggambarkan suatu objek dan menghubungkannya dengan	Terdapat efek yang didapat dalam penggunaan Youtube, yang meliputi efek kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial	Penelitian membahas tentang media sosial dalam penyebaran informasi, sehingga kesamaan pada media yang

		mengetahui hambatan – hambatan yang terjadi.	masalah yang diteliti dan menggunakan jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>)	dan efek berkhayal	dilakukan melalui media sosial.
2.	Riska Marini “Pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah”	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial <i>tik tok</i> terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN 1 Gunung Sugih kab Lampung Tengah.	Metode penelitian yang digunakan ialah kuantitatif, yakni dengan menggunakan populasi dan sampel.	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan antara media sosial <i>tik tok</i> dengan prestasi belajar siswa di SMPN 1 Gunung Sugih	Penelitian ini menggunakan aplikasi <i>tik tok</i> sebagai salah satu objek penelitian, sehingga adanya kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan menggunakan aplikasi <i>tik tok</i> .
3.	Bella Nadyantana Mulia, “Efektivitas Media Sosial Instagram @fuadbakh sebagai Media	Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menguraikan peran dan efektivitas	Metode penelitian yang digunakan ialah kuantitatif, dengan instrumen penelitian menggunakan kuisioner.	Penggunaan teori jarum hipodermik pada penelitian ini masih rendah, karena peneliti hanya menggunakan kuesioner sebagai	Penelitian ini membahas efektivitas dari media sosial instagram, sehingga terdapat

	Dakwah (ditinjau dari teori jarum hipodermik)”	media sosial pada akun <i>instagram @fuadbakh</i> sebagai media dakwah.		pengambilan data.	kesamaan pada penggunaan media sosial yang akan digunakan oleh peneliti.
4.	Azman, “Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi”	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penggunaan media massa dan media social dikalangan mahasiswa komunikasi dalam mendapatkan berbagai informasi.	Metode penelitian menggunakan kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara.	Kredibilitas media massa lebih dibenarkan dibanding dengan media sosial, namun pada penggunaannya mahasiswa komunikasi lebih sering menggunakan media sosial dibanding media massa, terkhusus dalam kecepatan mendapatkan informasi.	Relevansi terletak pada penggunaan media massa dan media sosial. Menjadi gambaran bagi peneliti yang akan menggunakan <i>tik tok</i> pada akun <i>@pikiranraky</i> at sebagai sebuah media massa.
5.	Dila Mayang Sari, “Penggunaan Aplikasi Tik Tok sebagai Ajang	Tujuan penelitian ini adlaah untuk mengetahui intensitas dan motif	Metode yang digunakan ialah kualitatif studi fenomenologi, untuk memahami fenomena tentang	Penggunaan media sosial <i>tik tok</i> memiliki intensitas dan motid penggunaan	Kesamaan penggunaan aplikasi <i>tik tok</i> dan metode kualitatif, yang akan

	Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tik Tok pada Mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi)”	penggunaan aplikasi <i>tik tok</i> , serta memunculkan dampak dari penggunaannya tersebut.	apa yang dialami oleh subjek dan objek penelitian.	sebagai wujud ekspresi diri dan hiburan.	dilakukan oleh peneliti.
--	---	--	--	--	--------------------------

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, perbedaan yang paling mendasar terlihat belum ada penelitian yang memperlihatkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyampai informasi melalui pemberitaan. Maka dari itu, arah penelitian ini ingin memperlihatkan media massa Pikiran Rakyat secara aktif memanfaatkan media sosial *tik tok* sebagai media menyebarkan berita. Baik dari segi efektivitasnya hingga metode pemanfaatan yang dilakukan.

1.5.2 Landasan Teoritis

Penelitian di lapangan membutuhkan teori yang dapat mendukung kegiatan observasi dan wawancara lainnya. Menjadi penghubung satu dengan yang lain, hingga menjadi satu kesatuan yang utuh. Beberapa teori di bawah ini, memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.

1.5.2.1 Teori New Media

Pierre Levy merupakan salah seorang tokoh yang mengembangkan teori new media. Teori ini menjelaskan terkait perkembangan media. Creeber dan Martin

(2009) mendefinisikan Media online termasuk *new media* yang berbasis teknologi komunikasi dimana segala kebutuhan komunikasi dilakukan melalui digital.. Senada dengan Creeber dan Martin, Mondry (2008: 13) juga mendefinisikan New media adalah alat komunikasi yang memanfaatkan internet dan berbasis teknologi, media ini memiliki karakter yang berbeda dari media lain yakni bersifat privat ataupun public. fleksibel, penggunaanya berpotensi interaktif dimana fungsinya dapat diatur secara pribadi ataupun dipublikasikan.

Anshori (2011: 34) menerangkan jika media baru mempunyai beberapa perbedaan dari media konvensional. Media yang baru diperkenalkan pada tahun 1990-an ini ada mengikuti perkembangan teknologi digital. Segala informasi yang disebarkan oleh media baru ini berbentuk *byte* data digital. Terdapat tiga unsur yang ada pada media baru yakni, interaktif, intertektual, dan teknologi multimedia.

Croteau (Kurnia, 2005: 291) berpendapat dengan adanya inovasi teknologi pada bidang media seperti komputer, satelites, teknologi optic fiber inilah yang memicu munculnya media baru. Teori new media ini merupakan teori yang fokus pada tradisi sosialkultural, dimana lebih fokus pada hubungan interaksi antarmanusia ketimbang membahas mengenai karakteristik individu (Littlejohn dan Foss, 2014: 65). Agus (2017:67) menjelaskan patokan sosial kemasyarakatan adalah manusia dan ekosistemnya atau dalam bahasa lain *the man is the measure of all things*, yakni manusia adalah ukuran segala-galanya. Terdapat dua asumsi dalam teori new media yakni, interaksi sosial dan integrasi sosial. Integrasi sosial lebih membedakan media baru dan media lama dari segi interaktif dan interaksi tatap muka. Asumsi ini beranggapan media lama ataupun media konvensional cenderung

memiliki peluang interaksi yang kecil ketimbang media baru yang lebih interaktif (Littlejohn dan Foss, 2014: 413).

Terdapat keuntungan dan kerugian yang diperoleh dengan adanya media baru. Media baru memberikan bentuk interaksi yang baru pada hubungan berkomunikasi dengan cara yang berbeda dari media sebelumnya. Media baru menciptakan tuntutan waktu yang baru, memberikan keluwesan dalam berkomunikasi yang tidak dibatasi oleh jarak tapi Asumsi Interaksi sosial pada teori new media menekankan bahwa komunikasi bukan lagi diartikan dengan interaksi tatap muka, karena dengan media baru memungkinkan anda berkomunikasi tanpa interaksi tatap muka. Media menjadi hal lazim yang sering digunakan untuk bersosialisasi secara formal, sehingga media memiliki nilai berarti bagi penguannya (Littlejohn dan Foss, 2014: 414). Pada asumsi ini media dinilai bukan hanya untuk informasi, tapi juga menyatukan beberapa masyarakat.

Teori ini berpendapat bahwa teknologi yang semula dibuat oleh manusia akhirnya memberikan pengaruh tersendiri dan menuntut manusia untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi. Relevansi teori new media dengan penelitian ini adalah dimana teknologi berpengaruh terhadap cara kerja wartawan. Saat ini khususnya wartawan media online lebih memilih cara mudah untuk mencari sumber berita melalui media sosial. Merujuk pada teori ini dapat terlihat bahwa media sosial yang semula digunakan sebagai media komunikasi justru sekarang berpengaruh terhadap cara kerja wartawan.

1.5.3 Kerangka Konseptual

Peneliti akan mengaitkan teori new media dengan konsep media massa dan media sosial sebagai landasan penyebaran berita, terkhusus pada akun *tik tok @PikiranRakyat*. Maka dari itu hubungan antara teori dan konsep yang diangkat akan memunculkan kerangka konseptual yang digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1.4

Kerangka Konseptual



1.5.3.1 Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media online yang meliputi pengguna yang mengaksesnya dengan mudah, dan mampu berpartisipasi dengan mempublikasikan dan menciptakan sesuatu dalam jejaring sosial seperti *blog*, *wiki*, forum dalam dunia virtual. Media sosial pun kini beragam jenis dan bentuknya, diantaranya *facebook*, *twitter*, *youtube*, *instagram* hingga *tik tok*. Kehadiran media sosial pun menjadi fenomenal dan aktif digunakan untuk kegiatan dan kebutuhan sehari – hari.

Bahkan menurut Nasrullah (2015: 2), terdapat fakta jika pengguna media sosial lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk dalam sebuah negara. Media sosial tersebut ternyata tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi yang mampu dikreasikan oleh pemilik akun (*users*) itu sendiri, namun mempunyai dasar sebagai platform membuat jaringan pertemanan yang lebih luas secara virtual, hingga berbagi kemudahan lain dengan mengirimkan audio ataupun video.

Karakteristik media sosial pun tidak berbeda jauh dengan media siber, karena keduanya merupakan satu kesatuan yang hampir sama. Meski begitu, menurut Nasrullah dalam Setiadi (2019: 2) media sosial mempunyai ciri khusus, diantaranya sebagai jaringan (*network*), penyampai informasi dengan memproduksi konten, arsip yang dapat diakses kapanpun melalui perangkat apapun, interaksi antar pengguna dengan memperluas pertemanan melalui pengikut (*followers*), simulasi sosial sebagai media berlangsung kehidupan bermasyarakat di dunia virtual, dan sebagai konten oleh pengguna berdasarkan kontribusi dan partisipasi sehingga dapat menjadi objek bahkan sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

Adapun, jenis – jenis media sosial setidaknya ada enam kategori besar, seperti diantaranya:

(1) Media jejaring sosial merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial. (2) Jurnal *online* (blog) yang merupakan media sosial untuk mengunggah aktivitas keseharian, blog yang berisi jurnal atau tulisan keseharian pribadi. (3) Jurnal *online* sederhana atau *microblog* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan pendapatnya dalam bentuk teks seperti *twitter*. (4) Media *sharing*, media sosial untuk berbagi media seperti dokumen, audio, gambar seperti *youtuber*, *flickr*. (5) Penanda sosial, untuk mengelola, menyimpan dan mencari informasi atau berita secara *online*. (6) media konten bersama atau wiki, situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya, mirip dengan ensklopedi atau kamus (Nasrullah dalam Setiadi, 2016: 2-3).

1.5.3.2 New Media

Dalam rentang waktu hampir 400 tahun wajah media telah mengalami perubahan yang begitu drastis. Kini media telah memasuki era digitalisasi dalam bentuk *e-paper* dan komputer tablet (iPad). Willian Rivers, dalam Warnosumarto (2020: 157), menyebutkan pertumbuhan teknologi memberikan dampak besar bagi sistem komunikasi massa, termasuk pola – pola yang tersajikannya. Oleh karena itu, media baru membawa perubahan di dunia jurnalistik dalam empat sisi, diantaranya (Pavlik dalam Warnosumarto, 2020: 158):

Pertama, perubahan isi berita sebagai hasil dari konvergensi teknologi. Berkat teknologi informasi, cara yang dilakukan wartawan dalam menampilkan berita bertransformasi, dari teks statis menjadi teks dinamis, dari video/film/grafis dapat menjadi *omnidirectional images*. *Kedua*, memperlihatkan cara jurnalis bekerja dan perubahan seperangkat pengalaman di dunia digital. Artinya, perangkat aplikasi teknologi dikembangkan untuk memberikan bantuan terhadap wartawan. Dimulai dari mengolah kata, hingga *workstation*, yang dapat diintegrasikan ke berbagai *platform* perangkat keras teknologi yang portabel, sehingga pada peliputan wartawan cukup dengan *smartphone* yang telah ditanami berbagai perangkat tersebut. *ketiga*, struktur dari ruang redaksi yang secara virtual mengalami transformasi fundamental, tidak lagi mengandalkan pola dan jaringan konvensional. Maka proses kerja keredaksian memberikan pengaruh sinkronisasi. *Keempat*, *new media* mengubah susunan antara organisasi media, jurnalis, dengan khalayak. Termasuk audiens, sumber, kompetitor, pemberi iklan, dan pemerintah.

Intinya, media baru tidak mengubah mekanisme kerja para profesional yang bekerja pada media massa. Perubahan yang terjadi hanya terletak pada penyajiannya yang telah menggunakan digitalisasi. Terdapat empat ciri dari media baru:

- a. Komunikasi yang termediasi melalui komputer
- b. Jaringan komunikasi
- c. Pesan yang terdigitalisasi
- d. Semua pesan media menjadi konvergen

1.5.3.3 Berita

News atau berita merupakan isi sajian utama dari media massa. Berita dicari dengan mengumpulkan bahan – bahan dari lapangan, kemudian disusun oleh wartawan yang sekaligus menjadi tugas pokoknya bersama bagian redaksi penerbitan pers itu sendiri. Menurut Romli (2014: 3), tidak ada rumusan yang secara tunggal mengenai pengertian berita. Bahkan, “*News is difficult to define, because it involves many variabel factors,*” kata Earl English dan Clarence Hach. Berita nyatanya sulit untuk didefinisikan secara eksplisit, karena ia mencakup banyak faktor – faktor lain yang saling mempengaruhi.

Suatu peristiwa dapat disajikan sebagai berita jika mempunyai *news value* (nilai berita), yakni nilai penting dan menarik atau gabungan dari keduanya bagi khalayak. Selain penting dan menarik, berita harus memiliki nilai aktualitas. Beberapa ahli mengatakan dalam Morissan (2004: 29), suatu kejadian atau gagasan itu akan memiliki nilai berita jika peristiwa atau pendapat itu masih baru, namun sebagian lainnya menilai masalah aktual bukan menjadi bagian penting. Menurut

pendapat lain, selama ada peristiwa yang memiliki nilai menarik, maka dapat menjadi berita. Contohnya terdapat pada berita *human interest* atau berita ringan yang bersifat *time less* atau berita yang tidak terikat oleh waktu dalam penayangannya. Jika informasi yang disampaikan mampu memuaskan beragam pertanyaan yang mungkin muncul di benak khalayak, maka berita tersebut telah mencapai sasarannya. Berita itu menjadi sangat penting karena secara tidak langsung bersentuhan dengan kehidupan khalayak. Terkhusus jika berkaitan dengan masalah geografis. Berbeda halnya jika dalam sektor psikologis dan sosiologis, karena khalayak bersifat heterogen.

Berita pun dihasilkan oleh seorang wartawan atau jurnalis yang bekerja pada suatu media massa. Setiap wartawan dan jurnalis pasti sudah sangat familiar dengan *deadline*, berupa tenggat waktu atau batas maksimal pembuatan suatu naskah berita. Pada praktiknya di lapangan, untuk menghasilkan berita perlu melakukan wawancara dengan narasumber yang mempunyai kredibilitas. Selain itu beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam pemberitaan ialah unsur 5W + 1H, yakni *what*, *where*, *who*, *when*, *why*, dan *how*. Terkait peristiwa yang terjadi, wartawan wajib memberikan pertanyaan kepada narasumber atau mencari tahu dari fakta di lapangan supaya dapat memenuhi unsur 5W + 1H tersebut.

1.6 Langkah-langkah penelitian

Peneliti menjabarkan langkah-langkah penelitian dalam beberapa sub-bab agar penelitian dapat berjalan sistematis, jelas, dan sesuai dengan kaidah-kaidah penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di kota Bandung. Adapun tempat dan waktu dapat disesuaikan dengan situasi serta kondisi informan penelitian yang merupakan jajaran redaksi Pikiran Rakyat, seperti Pemimpin Redaksi, Kepala Bagian Pengelolaan Media Sosial dan Jurnalis.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang dipergunakan ialah konstruktivisme. Paradigma ini menganggap bahwa tidak ada realitas ataupun kebenaran secara tunggal. Munculnya suatu realitas sosial dalam kehidupan ini menjadi setiap orang ataupun dalam suatu kelompok menafsirkannya pada suatu hal. Oleh karena itu, hasil yang ditampilkan memiliki perbedaan. Menjadi adanya tahapan yang perlu dilalui ke dalam proses, khususnya saat hadirnya kesadaran dari penafsiran yang dihasilkan itu.

Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai bahasan terstruktur terhadap tindakan yang bermakna secara sosial lewat pengamatan langsung dan mendetail terhadap pelaku sosial dalam kehidupan sehari-hari. Pengamatan tersebut akan memahami dan menginterpretasikan cara para pelaku sosial dalam menciptakan, memelihara, atau mengelola dunia sosial mereka (Hasrullah, 2009: 55).

Adapun pendekatan yang digunakan ialah kualitatif. Alasannya, karena hasil yang ingin dituju ialah penjelasan secara deksriptif nantinya. Pada penggunaan kualitatif dapat menyusun hasil dari pernyataan ataupun keterangan informan, dapat melalui interpretasi individu secara subjektif yang telah berpengalaman dan mempunyai jam terbang lebih lama. Pasalnya, kualitatif ini menurut Martono

(2010: 21), dapat memperlihatkan gejala sosial yang merupakan ciptaan manusia melalui proses interpretasi. Selain itu, berupaya untuk mendefinisikan penilaian atau pemaknaan orang lain selaku informan.

Peran kualitatif pun tidak memaksakan suatu nilai tertentu kepada informan, tetapi justru berupaya menjelaskan bagaimana pandangan orang lain mengenai suatu fenomena yang terjadi. Khususnya terkait penelitian mengenai efektivitas media sosial *tik tok* sebagai platform pemberitaan.

Kualitatif sebagai induktif indeografik, artinya penelitian berangkat dari suatu fenomena yang khusus untuk kemudian dianalisis untuk mendapatkan keunikan fenomena tersebut. Penelitian kualitatif hanya mungkin digeneralisasi dalam konteks dan waktu yang sama dengan konteks dan waktu berlangsungnya penelitian. Berhubungan dengan kecenderungan yang tidak mempersoalkan mana gejala sosial yang menjadi penyebab dan mana gejala sosial yang menjadi akibat. Penelitian ini tidak memisahkan sebab – sebab dengan akibat, karena semua kejadian terjadi secara simultan atau beriringan (Martono, 2010: 22-23).

Secara spesifik, penelitian ini melibatkan peranan media massa sebagai salah satu objek penelitian, sehingga peneliti bisa mendapatkan pemahaman sesuai dengan tujuan penelitian. Terlebih melalui suatu pemaknaan akan semakin terlihat secara jelas, yang dilakukan langsung oleh media massa terkait.

1.6.3 Metode Penelitian

Untuk meneliti efektivitas media sosial *tik tok* sebagai platform pemberitaan, peneliti menggunakan metode studi deskriptif. Metode ini dirasa tepat karena sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, yaitu menjelaskan dan

mendeskripsikan fenomena yang terjadi sesuai dengan fakta dan datanya. Menurut Moleong (2002: 3), deskriptif merupakan salah satu pendekatan dapat meneliti status kelompok manusia, obyek, suatu kondisi, pemikiran atau peristiwa yang terjadi di masa sekarang.

Metode ini mampu menggambarkan peristiwa yang terjadi sesuai dengan media massa terkait dalam menghadapinya. Menjelaskan secara konstruktif hal – hal yang menjadikan media sosial dapat dikatakan efektif untuk penyebaran berita. Keterangan dari informan melalui kata – kata atau kalimat, kemudian dipisah – pisahkan sesuai kategori saat mendapatkannya temuan tersebut.

Maka dari itu, penelitian deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan suatu subjek atau objek panek (seseorang, lembaga, khalayak, dan lainnya). Namun, penggambaran tersebut memiliki landasan dari pengalaman ataupun fakta yang tampak sebagai objek.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Jenis data yang diteliti dalam penelitian ialah:

- a. Data mengenai efektivitas *tik tok* akun *@PikiranRakyat* yang berupaya dalam penyebaran berita
- b. Data mengenai intensitas penggunaan *tik tok* akun *@PikiranRakyat* yang berupaya sebagai media penyebaran dan penyampaian informasi
- c. Data mengenai kebijakan Pikiran Rakyat dalam mengelola konten sebagai salah satu langkah dan upaya yang dilakukan

1.6.4.2 Sumber Data

- a. Sumber data primer, ialah data atau keterangan yang didapat peneliti secara langsung dari sumbernya. Jajaran redaksi Pikiran Rakyat merupakan dataa primer yang akan diperoleh peneliti. Secara umum, jajaran redaksi memiliki kapasitas yang lebih besar dalam pengetahuan dan pengalamannya, dengan begitu informasi yang diperoleh menjadi lebih kuat.
- b. Sumber data sekunder, merupakan data dengan topik-topik yang informasi atau datanya dapat diperoleh dari lembaga yang menyediakan data tersebut (Neuman dalam Martono, 2010: 102). Sesuai dengan pertumbuhan teknologi dengan penggunaan internet, karena saat ini data dapat diperoleh dari akses internet yang disediakan oleh media massa terkait. Atupun data diperoleh dari karya ilmiah, studi pustaka yang tersedia.

1.6.5 Penentuan Informan dan Unit Analisis

1.6.5.1 Informan dan Unit Analisis

Informan dalam penelitian ini adalah jajaran redaksi Pikiran Rakyat yang memiliki riwayat pengalaman, dan berhubungan dengan pengelolaan media sosial *tik tok* untuk akun *@PikiranRakyat*. Jumlah informan akan dibatasi minimal 3 orang.

1.6.5.2 Teknik Penentuan Informan

Dalam menentukan informan yang akan dijadikan sumber data penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* (sampel bertujuan). Penentuan

informan didasarkan pada pertimbangan dan nilai guna subjek terhadap penelitian. Subjek tersebut dijadikan ditetapkan menjadi sampel karena mempunyai banyak informasi yang dibutuhkan (Ismail, 2018:46). *Purposive sampling* mencakup orang-orang yang dianggap memiliki kualifikasi tertentu dan paling cocok dijadikan subjek penelitian.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.6.1 Wawancara

Peneliti akan melakukan tahap wawancara untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Baik kepada pihak media Pikiran Rakyat untuk memberikan penjelasan mengenai kapasitas perannya sebagai media massa pemberi informasi. Terkhusus melalui pemberitaan di media sosial *tik tok*.

1.6.6.2 Studi Kepustakaan

Dalam studi kepustakaan, sejumlah sumber rujukan dapat dijadikan referensi untuk peneliti. Baik nantinya dijadikan gambaran atau menjadi landasan terkait penelitian yang akan dilakukan. Seperti salah satu buku Sosiologi Komunikasi Massa, karya AS Haris Sumadiria, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang diangkat.

1.6.6.3 Observasi

Teknik observasi dilakukan untuk melihat secara langsung realita yang ada. Misalnya seperti tayangan pemberitaan yang ditampilkan melalui media sosial *tik tok* akun *@PikiranRakyat*.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Data yang peneliti dapatkan hasilnya belum tentu dapat ditentukan keabsahannya, sehingga harus diuji terlebih dahulu agar terverifikasi. Maka dari itu, peneliti menggunakan sebuah teknik untuk menguji keabsahan data yang didapat, yaitu triangulasi. Menurut Anggito dan Setiawan (2018), ada beberapa tipe triangulasi, di antaranya:

- a. Triangulasi sumber, data yang sudah didapat akan dicek melalui sumber-sumber terkait.
- b. Triangulasi teknik pengumpulan data, melakukan pengecekan data terdahulu kepada sumber yang sama, namun menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda.
- c. Triangulasi waktu, melakukan pengecekan data yang telah didapat pada sumber yang sama dalam waktu berbeda, agar sumber lebih siap diteliti.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Peneliti akan melakukan proses analisis dengan kajian penelitian kualitatif, guna mendapatkan gambaran khusus mengenai kajian penelitian.

- a. Reduksi Data

Pada bagian ini, terdapat proses pengumpulan informasi – informasi penting dari beberapa sumber yang telah disusun dan direncanakan. Lalu setelah itu diseleksi dan melalui tahap penyaringan informasi melalui keterangan yang disampaikan informasn, sehingga temuan penting dan berkaitan saja yang tercantum.

- b. Penyajian Data

Selanjutnya, data dikumpulkan kembali dan disusun untuk diambil tindakan selanjutnya. Pada langkah ini, peneliti akan mulai memasukkan ke dalam susunan bab yang memang sudah seharusnya dicantumkan. Peneliti akan melakukan observasi ke lapangan untuk mendapatkan data yang lebih lengkap dan akurat.

c. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir ini, akan memperlihatkan kesimpulan dari temuan – temuan melalui keterangan informan, sehingga hasil penelitian dapat dibahas sesuai dengan kajian dan konsep yang digunakan.

