

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan TikTok muncul di Indonesia pada saat terjadi pandemi Corona (Covid-19), sehingga pemanfaatan aplikasi dilakukan oleh masyarakat dengan menunjukkan tingkat kreativitasnya menjadi lebih tinggi dalam menyeleksi dan mengemas sebuah informasi. Pada awal tahun 2020, aplikasi TikTok menempati peringkat atas sebagai *platform* hiburan yang paling banyak diunduh dan digunakan sebanyak 949,4 juta kali dari Januari hingga November 2020. Ini adalah peningkatan 28,6% dari 738,5 juta kali pada tahun sebelumnya (Katadata, 2020). Maka dari adanya pandemi, mulai banyaknya media *mainstream* yang memanfaatkan *moment* kenaikan aplikasi TikTok dalam mengembangkan medianya untuk menyampaikan informasi sebagai pendukung aktivitas jurnalistik (Farahiya, 2023).

Pada saat ini, perkembangan teknologi dan internet tidak lagi mengalami kesulitan dalam mendapatkan sebuah informasi berita. Melalui jejaring sosial khususnya TikTok yang kini termasuk bagian dari media sosial dan dapat digunakan untuk mengakses berita secara mudah, dengan cara membuka aplikasi TikTok dan mengikuti atau *follow* akun media berita yang dicari serta dibutuhkan oleh khalayak.

TikTok awalnya berfungsi untuk menyebarkan informasi dengan menampilkan video pendek yang dapat dilihat oleh orang-orang di sekitarnya. Namun, dengan kemajuan teknologi dan perubahan gaya komunikasi, sekarang tujuannya bukan hanya menampilkan video hiburan tetapi juga dapat digunakan

untuk berita dan informasi (Ihsan, 2022).

TikTok, juga dikenal sebagai *Douyin*, adalah salah satu *platform* media sosial dengan pertumbuhan paling cepat di dunia. TikTok memungkinkan penggunanya untuk membuat video berdurasi lima belas detik hingga satu menit yang dilengkapi dengan musik, filter, dan fitur menarik lainnya. TikTok bertujuan untuk merekam dan menyebarkan kreativitas dan momen penting dari seluruh dunia melalui ponsel. TikTok juga mendorong penggunanya untuk menjadi pembuat konten dengan berbagai topik seperti menari, memasak, kecantikan, pendidikan, dan menyebarkan informasi (Melly & Velantin, 2022).

Media *mainstream* masuk ke *platform* jejaring sosial atau media sosial merupakan hal yang diperlukan bagi media, sehingga menyebabkan perubahan dalam strategi bisnis, produksi konten dan distribusi serta hubungan dengan khalayak dengan menghasilkan publikasi foto, grafik komputer, atau video dan produksi konten singkat melalui cerita-ceritanya untuk penyebaran berita, liputan acara, publikasi spesial, atau pencarian interaksi pengguna (Jorge, *et al.*, 2021).

Aplikasi TikTok yang berbasis digital berbentuk video menjadi peluang yang dimanfaatkan oleh perusahaan penyedia konten berita. Media-media *mainstream* pun saling berkompetisi untuk tetap menjaga eksistensi di dunia digital sehingga menciptakan media menjadi *multiplatform* (Melly & Velantin, 2022). Sebagian *platform* media *mainstream* seperti lokal dan nasional telah melibatkan TikTok dalam menyebarkan dan mempublikasikan beritanya. Di balik keberadaan khalayak dalam media baru, konten tetap menjadi pilihan utama untuk melihat bagaimana kebudayaan tumbuh dan berkembang di media sosial. Konten di media sosial sudah

semestinya tidak lagi dipandang sebagai perwakilan dari ekspresi atau kreativitas khalayak semata, tetapi sudah menjadi satuan yang berwujud atau muncul, berada dan bersama dalam jalinan khalayak-teknologi (Nashrullah, 2020:72).

Maka mulai banyak media massa yang memanfaatkan aplikasi *TikTok* sebagai sarana atau alat bantu menyampaikan informasi. Salah satunya ialah *Radar Bandung* yang melakukan jurnalisme *online* dengan akun *TikTok @radarbandung*. *Radar Bandung* yang berkibar di Group *Jawa Pos* dalam memberikan saluran aspirasi komunitas lokal dan menumbuhkan informasi global yang modern dan bergaya hidup. Peralihan dari media lama menjadi media baru dilakukan oleh *Radar Bandung*. Pada dasarnya *Radar Bandung* lahir dalam media surat kabar kini melakukan perubahan dengan berbagai macam bentuk publikasi agar tetap bertahan dan diminati oleh masyarakat dengan memberikan penyajian berita dalam *multiplatform* pada media sosial yaitu *TikTok*.

Akun *TikTok Radar Bandung* ini juga merupakan salah satu akun yang memiliki banyak pengikut dengan memiliki 9.1 Miliar pengikut dibanding media lain yang melakukan hal serupa dengan beradaptasi ke media sosial seperti akun *TikTok @Pikiranrakyat* yang memiliki 2.9 Miliar dan *TikTok @Tribunjabar.id* yang hanya memiliki 1.4 miliar pengikut. Akun *TikTok @radarbandung* dipilih oleh peneliti dengan rasionalisasi dari segi jumlah pengikut (*followers*) terbanyak sehingga dianggap memiliki jangkauan dan pengaruh yang luas dalam penyebaran informasi, serta relevan untuk memahami dinamika konsumsi berita serta memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan keterlibatan masyarakat dalam diskursus digital. Pilihan ini juga didasarkan pada pertimbangan

bahwa popularitas *Radar Bandung* di TikTok dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai bagaimana konten berita disampaikan dan diterima di kalangan pengguna media sosial, khususnya di antara demografi yang lebih muda yang sering kali mendominasi platform seperti TikTok. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai dinamika interaksi antara media dan *audiens* dalam konteks media baru dan pergeseran pola konsumsi informasi di era digital serta menyampaikan sebuah informasi berita selayaknya sebuah media elektronik televisi yaitu mengadopsi hal serupa tetapi dalam menggunakan media yang berbeda yaitu di media sosial. Sehingga, membuat adanya ketertarikan penulis terhadap pengalaman dari adaptasinya penerima informasi berita khususnya mahasiswa.

Media *mainstream* seperti *Radar Bandung* yang melakukan *multiplatform* untuk beradaptasi dengan model konsumsi baru menjadi tantangan bagi media yang berawal dari media cetak ke media sosial yaitu TikTok agar meningkatkan hubungannya dengan apa yang mereka anggap sebagai pemirsa di masa depan. Generasi Z atau generasi muda saat ini sulit untuk dijabarkan dikarenakan termasuk dalam generasi milenial akhir, yang memiliki ciri-ciri cenderung ke dunia maya, penduduk asli digital yang mengenal internet sejak saat lahir, cenderung berfikir praktis, sempit dan instan (pragmatis), serta berhubungan satu sama lain melalui komunitas *online* di berbagai aplikasi yang ada.

Menurut Juhez seperti dikutip (buku *Generasi Z*, 2020:2) Generasi Z atau iGeneration atau generasi internet dimulai dari usia 18-29 tahun yang sebagian mayoritas berstatus sebagai seorang mahasiswa. Menurut Knopfemacher seperti

dikutip (Luhut, 2020) Mahasiswa ialah orang calon sarjana yang dididik di perguruan tinggi dan diharapkan sebagai calon intelektual. Pada dasarnya, mahasiswa adalah subjek atau pelaku dalam melakukan pembaharuan atau subjek yang akan dibawa oleh generasi-generasi penerus bangsa untuk meningkatkan bangsa dan tanah air.

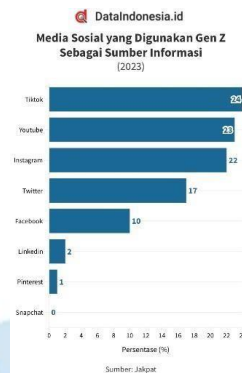
Mahasiswa dianggap sebagai agen perubahan yang melakukan perubahan dan pembaharuan di setiap aspek kehidupan untuk menciptakan kondisi yang baik dalam kehidupan berbangsa sehingga membentuk kondisi yang didambakan oleh setiap bangsa. Karena mahasiswa adalah orang-orang yang merasakan pembaharuan, penelitian ini lebih berfokus pada pengalaman mahasiswa.

Pada saat ini pengguna TikTok Indonesia, Menurut data dari “We Are Social” pada awal tahun 2024 yaitu 126,8 juta pengguna. Angka yang dipublikasikan oleh sumber periklanan “ByteDance” dari berusia 18 tahun ke atas. Dalam skala besar, media akan bergantung pada distribusi konten melalui jejaring sosial untuk menarik lalu lintas ke *web* dan khalayak ke *platform* utama, melibatkan pengguna dan membangun hubungan keikutsertaan dengan khalayak.

Dampak terhadap pengguna yaitu dapat meningkatnya konsumsi berita dalam beberapa waktu tertentu yang dicari melalui media sosial terutama terlihat jelas di kalangan muda karena dalam hal ini berhubungan dengan adanya penggunaan ponsel secara intensif dan koneksi secara terus-menerus ke jejaring sosial yang dapat dilihat dari adanya data peralihan khalayak atau Generasi Z ke aplikasi *TikTok* dalam mencari sebuah informasi.

Menurut data yang bersumber dari Jakpat dilansir di DataIndonesia.id di tahun 2023 yang membuktikan bahwa media sosial yang digunakan Generasi Z sebagai sumber informasi di urutan pertama terdapat pada aplikasi *TikTok*.

**Gambar 1. 1 Data media sosial digunakan Gen Z sebagai informasi**



(Sumber : *DataIndonesia.id*, diakses pada 5 Mei 2024)

Adanya pemberitaan di akun *TikTok* @radarbandung yang bersifat informatif dan memberikan dorongan baik untuk arah pengikutnya melalui informasi global. Dengan alasan tersebut penulis ingin meneliti lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan. Peneliti akan mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana media *Radar Bandung* memanfaatkan *TikTok* sebagai alternatif lain dalam mendistribusikan suatu informasi kepada khalayak dengan judul “Pengalaman Mahasiswa Dalam Mengakses Berita Di Media Sosial *TikTok* @radarbandung”.

## **B. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

Fokus penelitian disini yakni bagaimana pengalaman mahasiswa dalam mengakses berita di media sosial *TikTok @radarbandung* studi fenomenologi mahasiswa jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020.

1. Bagaimana motif mahasiswa jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020 mengenai penggunaan media sosial *TikTok @radarbandung* sebagai pemenuhan kebutuhan informasi
2. Bagaimana proses yang dilalui mahasiswa jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020 dalam mengakses media sosial *TikTok @radarbandung*
3. Bagaimana pendapat mahasiswa jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020 mengenai kelebihan dan kekurangan dalam mengakses media sosial *TikTok @radarbandung*

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui motif mahasiswa jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020 mengenai pengemasan dan sisi fitur penggunaan media sosial *TikTok @radarbandung* sebagai pemenuhan kebutuhan informasi.
2. Untuk mengetahui proses dalam mengakses media sosial *TikTok @radarbandung* seperti alokasi waktu, dan tahapannya.
3. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan media sosial *TikTok @radarbandung* dalam kebutuhan informasi mahasiswa jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara akademis, diharapkan Penelitian ini dapat menambah referensi dan bahan penelitian untuk Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, terutama untuk program studi ilmu komunikasi jurnalistik. Selain itu, diharapkan dapat memberikan kontribusi kepustakaan pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi di masa mendatang.
2. Segi kegunaan penelitian masalah ini bisa menjadi bahan kritik dan saran untuk media *Radar Bandung* agar bisa menjadi bahan evaluasi khususnya dapat berubah menjadi lebih positif kedepannya.

#### **E. Hasil Penelitian yang Relevan**

Berdasarkan hasil beberapa penelitian yang diamati, peneliti telah mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam menyusun penelitian ini,

Pertama, Penelitian karya Fitria Prananda tahun 2023 di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul “*Konvergensi Konten Riau Online Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0*”. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui konvergensi konten media *riau online* dalam menghadapi revolusi industri 4.0. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan studi fenomenologi Grant dan Wilkinson. Dataprimer yang digunakan oleh peneliti yaitu diperoleh dari lapangan dengan observasi, Teknik sampling dan foto serta wawancara pihak *riau online*.

Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat diketahui bahwa relevansi penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama memiliki topik media yang



berkonvergensi di era digital saat ini dikarenakan media pada saat ini banyak yang mulai melakukan *multiplatform* dan melakukan konvergensi untuk tetap eksis di era digital saat ini.

Kedua, Penelitian karya Oscar Geoffrey Jonanca tahun 2023 di Universitas Medan Area yang berjudul "*Persepsi Siswa Terhadap Pemberitaan Media Online Tentang Covid-19*". Tujuan penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis mediantalk dalam memanfaatkan sebuah media sosial terkait menyebarkan informasi serta dari sisi dampak adanya media sosial *instagram* dalam menyebarkan sebuah informasi. Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Data primer yang digunakan oleh peneliti yaitu terdapat dari sumber pertama. tipe penelitiannya adalah *survey* dengan pendekatan kuantitatif.

Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat diketahui bahwa relevansi penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama topiknya mengenai persepsi mahasiswa terhadap berita yang melakukan *multiplatform* di era digital saat ini.

Ketiga, Penelitian Rhama Sandya Pratama tahun 2021 di Universitas Islam Riau Pekanbaru yang berjudul "*Pengalaman komunikasi Masyarakat dalam penggunaan grup Facebook info warga Minas Now di Kecamatan Minas*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman komunikasi masyarakat kecamatan Minas dalam menggunakan grup Facebook info warga Minas Now. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode fenomenologi dari Alfred Schutz. Data primer yang diperoleh langsung dari informan didasarkan atas kriteria tertentu yaitu sudah terdaftar sebagai anggota grup *Facebook*. Dari hasil temuan wawancara bahwa alasan masyarakat menggunakan *Facebook* yaitu

kebutuhan akan informasi.

Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat diketahui bahwa relevansi penelitian tersebut dengan penulis adalah mengambil dari sudut pengalaman terhadap media sosial yang digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi.

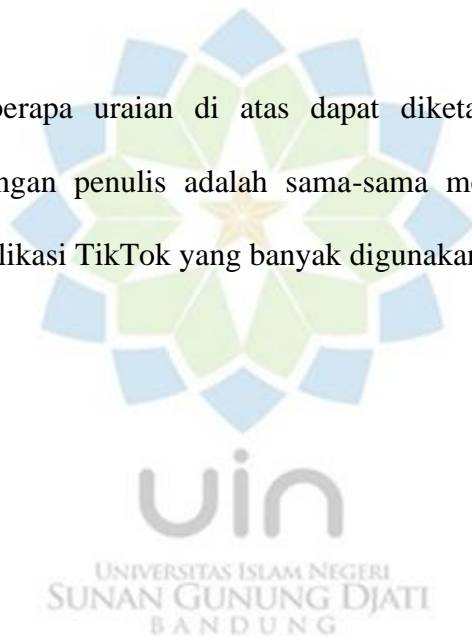
Keempat, Penelitian Vinda Aulia Sabtiansyah tahun 2021 di Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang berjudul "*Youtube dan Pengalaman Komunikasi Digital pada proses Pembelajaran Santri di Masa Pandemi Covid-19*". Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengalaman komunikasi digital santri yang melakukan proses pembelajaran melalui media Youtube di Pondok Pesantren Asshodiqiyah Semarang. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi, teori *new media*, dan teori ketergantungan (*dependency theory*). jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, Prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau perkataan dari orang-orang yang dibutuhkan dan diamati. Hasil dari wawancara bahwa Youtube merupakan media baru yang memiliki kelebihan dan kelemahan, Kemudian terdapat ketergantungan pada Youtube sebagai media pembelajaran dikarenakan faktor bencana berskala besar atau pandemi Covid.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa relevansi penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama mengenai pengalaman yang didapatkan dari adanya media sosial sebagai kebutuhan informasi di era serba internet.

Kelima, Jurnal dari Vionita Anjani tahun 2019 di Universitas Sumatera Utara yang berjudul "*Persepsi Mahasiswa Terhadap Aplikasi TikTok*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa program studi ilmu komunikasi

FISIP USU stambuk 2015 & 2016 terhadap aplikasi TikTok serta mengetahui kegunaan dan faktor-faktor pengaruh dari adanya aplikasi Tiktok. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Dengan hasil penelitiannya adalah kebanyakan informan memiliki pendapat yang sama bahwa aplikasi TikTok membawa pengaruh tidak baik kepada penggunanya, sedangkan sebagian besar juga setuju jika aplikasi TikTok membuat penggunanya dapat menuangkan ide yang kreatif dengan aplikasi tersebut serta akibat dari dampak buruknya tersebut tergantung dari penggunanya.

Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat diketahui bahwa relevansi penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama mengenai persepsi dari mahasiswa terhadap aplikasi TikTok yang banyak digunakan pada saat ini.



Tabel 1. 1Hasil Penelitian yang Relevan

No	Nama / Tahun	Judul Penelitian Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Perbedaan	Relevansi
1.	Fitria Prananda,2023 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau	<b>Judul Penelitian :</b> Konvergensi Konten Riau Online Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0  <b>Metode Penelitian:</b> Kualitatif dan studi fenomenologi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa riau online merupakan media yang awal lahir telah melakukan konvergensi terutama konvergensi konten yang berfokus pada media sosial.konten berita yang yang berbentuk video agar audiens dapat mudah mencerna informasi.	Persamaannya adalah metode yang digunakan  Perbedaannya adalah media yang teliti merupakan media online	Relevansi penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama memiliki topik media yang berkonvergensi di era digital saat ini
2.	Oscar Geoffrey Jonanca,2023 Universitas Medan Area	<b>Judul Penelitian :</b> Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk  <b>Metode Penelitian:</b> Kuantitatif	Hasilnya menunjukan bahwa korelasinya diperoleh 81,9 dengan menarik kesimpulan bahwa sebesar 85% pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Medan Area memiliki dampak positif besar pada media sosial dalam mencari informasi-informasi terkini yang disajikan MedanTalk.	Persamaannya adalah meneliti berita di media sosial Pembedanya yaitu terletak pada metode penelitian yang digunakan.	Relevansi penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama topik nya mengenai persepsi mahasiswa terhadap berita yang melakukan <i>multiplatform</i> di era digital saat ini
3.	Rhama Sandya Pratama,2021 Universitas Islam Riau Pekanbaru	<b>Judul Penelitian :</b> Pengalaman komunikasi Masyarakat dalam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan informasi merupakan alasan	Persamaannya adalah metode penelitian	Relevansi penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama

		<p>penggunaan grup Facebook info warga Minas Now di Kecamatan Minas</p> <p><b>Metode Penelitian:</b> Kualitatif dengan studi fenomenologi</p>	<p>utama bagi Masyarakat kecamatan minas dalam memanfaatkan grup facebook,kebutuhan dan keinginan dari masing-masing individu membuat alokasi waktu menjadi variasi,terdapat pengalaman positif dan negatif.</p>	<p>yang digunakan</p> <p>Perbedaannya adalah media sosial yang dipakai menggunakan Facebook</p>	<p>mengenai mengambil dari sudut pengalaman terhadap media sosial yang digunakan sebagai pemenuha kebutuhan informasi</p>
4.	<p>Vinda Aulia Sabtiansyah,2021 Universitas Islam Sultan Agung Semarang</p>	<p><b>Judul Penelitian :</b> Youtube dan Pengalaman Komunikasi Digital pada proses pembelajaran santri di masa pandemi Covid-19</p> <p><b>Metode Penelitian:</b> Kualitatif studi fenomenologi</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa youtube memiliki kelebihan dan kelemahan dalam penggunaan sebagai media komunikasi digital di masa pandemic covid-19 dan didukung dengan fitur-fitur dalam proses komunikasi seperti live streaming, live chatting, ketergantungan media juga dirasakan karena para santri mengharuskan berkomunikasi melalui media digital</p>	<p>Persamaannya adalah metode yang digunakan</p> <p>Perbedaan nya adalah media yang diteliti yaitu media sosial youtube</p>	<p>Relevansi penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama mengenai pengalaman yang didapat dari adanya media sosial sebagai kebutuhan informasi di erayang serba internet</p>

5.	Vionita Anjani,2019 Universitas Sumatera Utara	<p><b>Judul Penelitian :</b> Persepsi Mahasiswa Terhadap Aplikasi Tik Tok</p> <p><b>Metode Penelitian:</b> Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian dari Persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 menunjukkan bahwasanya mayoritas responden penelitian setuju aplikasi Tik Tok membawa pengaruh yang buruk kepada penggunaanya,serta mayoritas setuju jika aplikasi Tik Tok membuat penggunaanya dapat menuangkan kekreatifitasannya dengan aplikasi tersebut serta akibat dari dampak buruknya tersebut tergantung dari pengguna.</p>	<p>Persamaannya adalah meneliti media sosial yang sama yaitu <i>Tiktok</i></p> <p>Perbedaannya adalah metode yang digunakan</p>	<p>Relevansi penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama mengenai persepsi dari mahasiswa terhadap aplikasi <i>TikTok</i> yang banyak digunakan pada saat ini</p>
----	---	--	---	---	---

## **F. Landasan Pemikiran**

### **1. Landasan Teoritis**

Penelitian ini menggunakan Teori Budaya Partisipasi atau *Participatory Culture* yang dikembangkan oleh Henry Jenkins. Teori ini menjelaskan bahwa budaya *Participatory* adalah suatu bentuk budaya yang memungkinkan orang-orang berpartisipasi secara aktif dalam pembuatan dan distribusi konten. Dalam budaya *Participatory* orang-orang tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen dan pengembang konten.

Jenkins juga mendefinisikan *Participatory Culture* sebagai keterikatan yang memungkinkan orang-orang untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses pembuatan dan distribusi konten, serta memungkinkan mereka untuk berbagi dan mengembangkan budaya. Teori ini lebih memfokuskan bagaimana orang-orang berpartisipasi dalam budaya digital, seperti media sosial untuk mengembangkan budaya dan konten.

Relevansi teori dengan penelitian penulis adalah di zaman teknologi yang semakin canggih tiap masanya dan kebutuhan informasi yang cepat, membuat penyebaran media informasi pun harus mengikuti alur dari adanya perkembangan teknologi. Penggunaan media yang banyak diakses khalayak dalam mencari kebutuhan informasi merupakan tantangan media agar media tersebut tetap bertahan dan tidak tertinggal zaman dengan mengubah media yang *multiplatform* dan sesuai dengan teori ini yang menjelaskan bagaimana khalayak berpartisipasi dan mengembangkan sebuah informasi dan berita yang diterima terutama dalam konteks di media sosial.

## 2. Kerangka Konseptual

### a. Pengalaman

Pengalaman menurut Moustakas (1994) seperti dikutip Vinda (2021), Individu memperoleh pengetahuan melalui pengalaman. Hal ini sesuai dengan gagasan bahwa pengalaman harus menjadi dasar dari semua pengetahuan. Pengetahuan membentuk kesadaran, yang kemudian membentuk makna. Oleh karena itu, kesadaran dan makna merupakan faktor yang mendorong individu untuk melakukan tindakan atau perilaku. Pengalaman yang disadari memberikan makna melalui aktivitas spontan. Mengakses media sosial untuk mendapatkan informasi adalah pengalaman peristiwa yang dimaksud dalam penelitian.

Interaksi antara orang-orang yang mencakup proses berbagi makna melalui simbol tertentu yang disebut pesan, dapat menghasilkan pengalaman komunikasi. Pengalaman komunikasi pada seseorang mungkin bisa terjadi kesamaan dengan pengalaman komunikasi orang lain. Namun, interpretasi setiap orang tentang pengalaman tidak sama. Makna yang memisahkan satu pengalaman dari pengalaman berikutnya. Manusia memahami pengalaman mereka, karena pengalaman dianggap sebagai bagian dari adanya kesadaran (Rhama, 2021).

Dari adanya kelebihan dan kekurangan, pengalaman komunikasi dibagi menjadi dua jenis yaitu

- 1) Pengalaman komunikasi positif terjadi ketika makna dan dampak dari proses komunikasi dapat memberi inspirasi
- 2) Pengalaman komunikasi negatif terjadi ketika makna dan dampak dari proses



komunikasi menyebabkan kesalahpahaman.

b. Berita

Berita merupakan informasi atau penjelasan terhadap peristiwa atau kejadian yang baru, menarik, atau penting yang diberikan kepada khalayak melalui media massa. Tujuan berita adalah menghadirkan pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat mengenai fakta atau kejadian yang sedang terjadi di sekitar. Pada umumnya, berita disebarluaskan dengan tidak memihak (objektif) dan berdasarkan fakta untuk menentukan keakuratan informasi yang disajikan kepada khalayak.

Berita baru merujuk pada informasi yang disampaikan melalui *platform online* atau digital. Beberapa contoh media baru termasuk situs web berita, portal berita, aplikasi berita, dan *platform* media sosial (Octaviani, 2023).

c. Media Sosial

Media sosial adalah alat yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, bekerja sama, dan melakukan hal-hal secara kolektif di luar struktur institusional atau organisasi (Nasrullah, 2015).

Media sosial juga dibangun sebagai *platform* yang lebih luas untuk komunikasi di mana orang dapat berbagi ide dan bekerja sama untuk melakukan hal-hal seperti membuat, berpikir, debat, dan lainnya. Dengan mempertimbangkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial adalah proses atau aktivitas yang dilakukan seseorang dan media melalui *smartphone* untuk berkomunikasi, berkreasi, berbagi informasi, dan berdebat (Fakhrana, 2023).

Dibandingkan dengan jenis media internet lainnya, informasi menjadi penting bagi pengguna media sosial karena memungkinkan mereka untuk membuat konten, membuat profil diri, dan berinteraksi dengan informasi. Informasi juga diproduksi, ditukarkan, dan dikonsumsi sehingga memiliki nilai.

Media sosial sebagai media penyebaran berita, membantu khalayak mengikuti aktivitas mereka dan mendapatkan informasi dengan cepat. Dengan munculnya internet, teknologi informasi mengikutinya dengan munculnya media sosial, yang memungkinkan orang-orang yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi komentar, memberi kontribusi, dan berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial membantu menyebarkan berita karena mudah untuk bertukar atau mengirimkan informasi terbaru.

#### d. TikTok

TikTok memberi pengguna cara yang luar biasa untuk berbagi video kreatif tentang diri mereka sendiri, lingkungan mereka, atau kumpulan konten *audiovisual* lain. Sederhananya, video terdiri dari teks yang ditumpangkan pada latar belakang berwarna. Mereka juga dapat menjadi lebih kompleks dengan menyertakan gambar, klip video, dan suara. Urutan gambar dan video dapat diubah dengan menggunakan aplikasi seperti efek suara, filter gambar, dan pengontrol kecepatan video.

TikTok dianggap sebagai *platform* media sosial karena, seperti Twitter dan Instagram, memiliki grup pengikut sosial dan pengikut lain. Namun, fitur utama yang membedakan TikTok dari jejaring sosial lainnya adalah musik latar video, yang

mewakili pesan utama yang ingin disampaikan pengguna. Pengguna dapat memilih musik latar untuk video mereka dari berbagai genre musik, bahkan dapat membuat klip suara asli atau klip suara apa pun, termasuk pesan.

Pengguna mengakses konten dengan melihat *feed video* yang dihasilkan oleh algoritma di halaman “Untuk Anda” atau “*For You Page*”. Meskipun tidak dijelaskan cara kerja alur dari *TikTok*, video yang ditampilkan kepada para pengguna terutama didasarkan pada alur dari rekomendasi pusat, bukan aktivitas jejaring sosial pengguna (Angel, *et al.*, 2021).

## **G. Langkah-Langkah Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini dilakukan oleh mahasiswa jurnalistik Angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung di fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang bertebaran di Jalan A.H. Nasution No. 105, Kelurahan Cipadung, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat, 40614. Waktu penelitian dilakukan pada Juli 2024.

### **2. Paradigma Penelitian dan Pendekatan**

#### **a. Paradigma**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memberikan perspektif tentang bagaimana realitas sosial dapat dipahami melalui hasil konstruksi sosial dan kebenaran dalam konteks realitas sosial yang relatif. Paradigma ini berasal dari gagasan bahwa pengamatan dan objektivitas adalah cara

untuk mengungkapkan ilmu pengetahuan atau realitas.

Paradigma konstruktivisme berpendapat bahwa kenyataan diciptakan oleh pemahaman atau kemampuan berpikir seseorang. Dengan demikian, paradigma ini dipilih untuk membantu peneliti memahami konstruksi yang sudah ada sebelumnya mengenai pemaknaan dan pengambilan sikap Generasi Z tentang cara mereka mengakses berita di media sosial, seperti *Radar Bandung* di TikTok.

b. Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif tidak menggunakan angka statistik tetapi menggunakan pemaparan deskriptif, yang berarti fokus penelitian adalah gejala, peristiwa, dan kejadian (Yoga, 2022).

Pendekatan ini dipilih untuk mengetahui pengalaman dalam mengakses berita di media sosial TikTok *Radar Bandung*. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami peristiwa yang memberikan pengalaman subjek sebagai informan. Peneliti menjadikan mahasiswa Jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020 sebagai informan dalam mengakses sebuah berita di media sosial *TikTok*.

Peneliti memilih metode kualitatif karena dapat digunakan untuk memahami dan menemukan pengalaman siswa terkait berbagai jenis media *mainstream* dan media sosial di era teknologi modern. Selain itu, metode ini memungkinkan peneliti untuk melihat subjek penelitian secara langsung saat mereka membuat definisi fokus penelitian. Oleh karena itu, peneliti akan turun ke lapangan untuk mengumpulkan data dan melakukan observasi. Kemudian melakukan wawancara dengan berbagai informan untuk mendapatkan hasil yang paling akurat.

### 3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode fenomenologi. Menurut Mulono (2020), fenomenologi adalah disiplin ilmu yang berfokus pada pengalaman seseorang dan bagaimana pengalaman tersebut mempengaruhi tindakan mereka. Peneliti mengumpulkan data dari orang-orang atau informan yang mengakses berita di *Radar Bandung* di media sosial TikTok. Setelah itu, mereka membuat deskripsi gabungan tentang inti pengalaman setiap orang.

Cresswell (2014) seperti dikutip Muhaemin, E & Dono, D (2021) mengatakan bahwa fenomenologi adalah pendekatan penelitian di mana peneliti mencari tahu apa sebenarnya pengalaman manusia.

Menurut Littlejohn seperti dikutip Salsabila (2023) fenomenologi adalah studi mengenai pengetahuan yang berdasarkan kesadaran manusia. Ini berfokus pada cara seseorang memahami peristiwa, gejala, atau objek dengan mengalaminya secara sadar. Tujuan fenomenologi adalah untuk memperoleh pemahaman atau penjelasan tentang apa yang dialami seseorang.

Metode fenomenologi digunakan oleh peneliti untuk melihat dan mendengar lebih dekat tentang penjelasan informan tentang arti, pemahaman, dan pengalamannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tipikasi, proses, kelebihan kekurangan dari pengalaman mahasiswa Jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020 dengan berita di media sosial TikTok *Radar Bandung*.

#### **4. Jenis Data dan Sumber Data**

##### **a. Jenis Data**

Peneliti menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang dijelaskan dalam bentuk kalimat atau kata-kata dan bukan dalam bentuk angka. Jenis data kualitatif digunakan untuk lebih menjelaskan mengenai pengalaman mahasiswa dalam mengakses berita di media sosial TikTok @radarbandung studi fenomenologi pada mahasiswa Jurnalistik UIN SGD Bandung Angkatan 2020.

##### **b. Sumber Data**

###### **1) Data Primer**

Sumber data primer, atau sumber data utama, diperoleh langsung dari informan yang dijadikan objek penelitian di lapangan melalui wawancara. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Angkatan 2020 di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

###### **2) Data Sekunder**

Sumber data sekunder, juga dikenal sebagai sumber data kedua, berasal dari dokumen kepustakaan seperti jurnal, buku, penelitian sebelumnya, dan *website* yang dapat diandalkan yang mendukung sumber data primer. Sumber data sekunder juga tidak diperoleh langsung dari objek yang diteliti.

#### **5. Informan**

Peneliti menggunakan data yang diperoleh dari situs "*we are social*", yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial terbanyak TikTok berusia antara 18 dan 24 tahun, yang sebagian besar adalah mahasiswa dan tentunya memahami masalah

yang diteliti, untuk mengkaji dan mengetahui penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, informan yang dituju adalah mahasiswa jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020 untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana mereka mengakses berita di media sosial TikTok *Radar Bandung*.

Menurut Creswell, seperti dikutip Abidin (2023) mengatakan bahwa proses pengumpulan informasi melalui wawancara membutuhkan 3-10 informan. 10 informan akan dipilih. Dengan memilih informan ini, subjek yang tepat untuk mengumpulkan informasi dari sekelompok kecil orang yang mengalami fenomena tersebut.

Menurut Ajat Rukajat, seperti dikutip Abidin (2023) bahwa yang menjadi sumber informasi dalam sebuah penelitian adalah informan yang dianggap memiliki kompetensi yang sesuai atau relevan dengan penelitian. Oleh karena itu, sangat penting bahwa kriteria informan ini berkaitan dengan situasi dan kondisi lingkungan yang relevan dengan masalah penelitian, fokus penelitian, dan metode untuk mendapatkan data dan kelayakan informan.

Dari data jurusan, jumlah keseluruhan mahasiswa Jurnalistik UIN SGD Bandung Angkatan 2020 yaitu 169 orang yang dibagi berdasarkan gender perempuan sebanyak 105 orang dan gender laki-laki sebanyak 64 orang. Dalam menentukan kriteria seleksi informan, langkah pertama meliputi demografi tertentu (seperti usia, jenis kelamin) pengalaman yang relevan, pengetahuan tentang topik penelitian, atau keterlibatan dalam suatu peristiwa atau fenomena yang diteliti seperti kriteria bisa mencakup seberapa sering individu tersebut menggunakan TikTok atau seberapa aktif

mereka berinteraksi dengan konten berita di *platform* tersebut.

Setelah itu melakukan penyaringan awal dari 169 orang, dengan cara mengumpulkan informasi dasar yang sesuai dengan kriteria seleksi. Ini bisa dilakukan melalui wawancara pendahuluan untuk mengidentifikasi calon informan yang memenuhi kriteria seperti pertanyaan yang mengarahkan untuk mengetahui frekuensi penggunaan TikTok dan jenis konten yang paling sering diakses kemudian mengidentifikasi informan potensial berdasarkan hasil penyaringan awal, peneliti akan mengidentifikasi sejumlah informan potensial yang memenuhi kriteria seleksi. Dari 169 orang, mungkin ada sekitar 20-30 orang yang dianggap memenuhi kriteria awal yang lebih ketat.

Setelah itu, peneliti melakukan wawancara dengan kelompok yang lebih kecil ini untuk mengevaluasi lebih lanjut sejauh mana pengalaman atau pengetahuan mereka dapat memberikan kontribusi yang berharga untuk penelitian. Peneliti akan mempertimbangkan kualitas dan kedalaman informasi yang dapat diberikan oleh calon informan selama proses ini.

Menyeimbangkan Representasi Berdasarkan Kriteria Tambahan, setelah penyaringan mendalam, peneliti perlu menyeimbangkan representasi informan berdasarkan kriteria tambahan, seperti gender, usia, atau kelompok lain yang relevan. Dalam hal ini, keputusan untuk memilih 4 perempuan dan 4 laki-laki dari kelompok calon informan akhir akan didasarkan pada kebutuhan untuk mendapatkan data yang seimbang dan representatif dari sudut pandang gender.

Dan terakhir memilih 8 Informan Akhir berdasarkan wawancara mendalam dan



analisis data dari calon informan potensial, peneliti akan memilih 8 informan yang paling memenuhi kriteria seleksi dan dianggap mampu memberikan wawasan yang paling berharga untuk penelitian. Keputusan akhir ini didasarkan pada bagaimana masing-masing informan dapat mewakili pengalaman atau perspektif yang berbeda dan penting untuk studi.

Maka dari itu, informan adalah orang yang terlibat di dalam kegiatan atau masalah yang akan memberikan keterangan dan informasi tentang masalah yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini meliputi,

- a) Mahasiswa yang aktif ataupun yang pernah melihat video berita pada media sosial *TikTok Radar Bandung*.
- b) Mahasiswa yang mengikuti akun *TikTok Radar Bandung*
- c) Mahasiswa jurusan Jurnalistik Angkatan 2020 UIN SGD Bandung.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mewawancarai 8 informan secara mendalam yang merupakan Mahasiswa Jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020, atas dasar penyesuaian syarat yang ditentukan dan pengalaman akses berita di media sosial TikTok yang sebagian besar dikonsumsi oleh mahasiswa atau Gen Z pada saat ini.

## **6. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Wawancara**

Teknik wawancara dijadikan sebagai teknik utama untuk pengumpulan data dalam penelitian ini dikarenakan metode penelitian yang digunakan adalah

fenomenologi dan wawancara merupakan proses memperoleh data penelitian dengan melakukan tanya jawab secara langsung. Wawancara dilakukan pada mahasiswa jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020 untuk mengetahui pemaknaan, proses dan pengalaman dari mengakses berita di media sosial TikTok *Radar Bandung*. Tujuan dari wawancara juga untuk mendapatkan sebuah informasi yang tepat dari informan yang terpercaya dan deskriptif.

Menurut Sugiyono seperti dikutip Salsabila (2023) wawancara adalah pendekatan tatap muka antara peneliti dan informan. Ini berarti bahwa peneliti akan mengajukan pertanyaan secara menyeluruh dan sistematis, kemudian meminta informan untuk menjawabnya. Menggunakan wawancara mendalam, menurut Sugiyono (2017:137), dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti, apabila peneliti ingin mengetahui lebih banyak tentang subjek dari informan, dan apabila jumlah responden sedikit atau tidak cukup untuk mempermudah peneliti untuk mengetahui bagaimana peneliti membuat rekaman suara selama wawancara dan mencatat semua poin penting sebagai data dasar untuk analisis berikutnya.

#### **b. Observasi**

Penelitian ini menggunakan cara pengumpulan data dengan observasi yaitu melihat bagaimana pemaknaan, proses dan pengalaman mahasiswa Jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020 dalam mengakses berita di media sosial *TikTok Radar Bandung*. Observasi dilakukan ketika pemaknaan dilakukan yang tentu saja penelitian mengobservasikan sesuai dengan apa yang ingin diperoleh seperti kegiatan mencari

dan mengumpulkan data informan yang menjadi objek penelitian. Sehingga peneliti bisa mengeksplorasi objek penelitian dan tujuan dari penelitian.

### c. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan dokumentasi sebagai pelengkap dalam pengumpulan data primer yang berupa catatan dari mempelajari jurnal, buku, majalah dan arsip data yang relevan dan berhubungan dengan pengalaman mengakses berita di media sosial TikTok *Radar Bandung*.

## 7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data ialah tingkat kepercayaan terkait data penelitian yang didapatkan dan bisa dipertanggung jawabkan. Penelitian ini melewati uji kredibilitas data dengan konsep triangulasi (Sugiyono, 2015). Triangulasi merupakan proses penarikan kesimpulan dengan menggunakan lebih dari satu sumber atau metode, dengan tujuan agar kesimpulan yang dibuat dapat disesuaikan dengan fenomena yang sering terjadi di masyarakat.

Peneliti menggunakan penentuan keabsahan data yaitu triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data merupakan mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan dokumen untuk memperoleh pandangan yang lebih komprehensif terkait fenomena yang diteliti. Sehingga, teknik yang dilakukan dalam penelitian ini dengan *Satu*, mengumpulkan data dari wawancara dengan mahasiswa jurnalistik UIN SGD Angkatan 2020 untuk mendapatkan pandangan mendalam terkait pengalaman mereka. *Dua*, mengamati interaksi mahasiswa dengan konten TikTok *Radar Bandung* untuk memahami pola akses dan konsumsi berita. *Tiga*,

mencocokkan hasil wawancara kepada informan dengan dokumen atau pedoman yang digunakan dengan penelitian.

## **8. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah tahap yang digunakan untuk menganalisis data dari hasil akhir penelitian lapangan. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut.

### **a. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Peneliti melakukan pengamatan mendalam dengan mengumpulkan data secara fakta dalam penelitian dan menemukan data bervariasi.

### **b. Reduksi Data**

Data penelitian yang sudah didapatkan di lapangan kemudian di kaji kembali dengan menggeneralisasikan yang khusus dan umum kemudian data yang sudah direduksi akan menggambarkan secara lebih jelas dan mempermudah penulis untuk pengamatan selanjutnya.

### **c. Penyajian Data**

Data yang disajikan dalam penelitian bersifat naratif dengan tujuan untuk memudahkan dalam memahami fenomena yang terjadi dalam masyarakat. Data yang disajikan ialah gabungan informasi yang didapatkan dari fokus penelitian yang sudah disusun sebelumnya.

**d. Verifikasi atau kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ialah hasil yang bisa dipertanggung jawabkan. Kesimpulan didapatkan dari adanya hasil kecocokan uji, kebenaran fakta dan kekuatan penelitian terkait fenomena.

