



Penggunaan TikTok sebagai Media Informasi (Studi Kasus Pengelolaan Akun @pikiranrakyat)

Syifa Zahra Aina Muhtarom^{1*}, Enjang AS¹, Rojudin²

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Journalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : 9i.syifa.zabra.am@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengelolaan informasi yang dilakukan Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN), pertimbangan penggunaan aplikasi TikTok, dan kriteria konten yang digunakan oleh akun TikTok Pikiran Rakyat dalam menyebarkan informasi. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus didukung oleh teori difusi inovasi serta dikaitkan dengan teknik pendekatan immersion journalism mengenai proses pendekatan yang dilakukan oleh suatu media ke media lain. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa proses pengelolaan informasi diawali dengan pencarian informasi, pengelolaan berupa pengecekan dan pengeditan video bergambar sebelum akhirnya dipublikasikan pada akun TikTok Pikiran Rakyat. Kriteria konten yang digunakan pada akun TikTok Pikiran Rakyat mengutamakan informasi yang sedang viral untuk dipublikasikan.

Kata Kunci : Penggunaan Aplikasi ; TikTok ; Pikiran Rakyat

ABSTRACT

This study aims to determine the information management process carried out by the Social Media Division of Pikiran Rakyat Media Network (PRMN), the considerations for using the TikTok application, and the content criteria used by the Pikiran Rakyat TikTok account in disseminating information. The method used in this study is a case study method which is supported by the theory of diffusion of innovation and is associated with the immersion journalism approach technique regarding the approach process taken by one media to another. The results of this study indicate that the information management process begins with information seeking, management in the form of checking and editing of pictorial videos before

finally being published on the Pikiran Rakyat TikTok account. The content criteria used on the Pikiran Rakyat TikTok account prioritizes information that is currently viral for publication.

Keywords : *Application Usage ; TikTok ; Pikiran Rakyat*

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat penting bagi masyarakat dalam menyelesaikan suatu aktivitas atau pekerjaan tertentu karena semakin hari semakin banyak media sosial baru yang bermunculan guna menunjang kebutuhan masyarakat. Namun dari beragam media sosial yang bermunculan saat ini, aplikasi hiburan seperti TikTok telah menjadi budaya populer yang digunakan oleh masyarakat (Nasrullah, 2020 : 11).

Sejak timbulnya pandemi Corona (Covid-19) di Indonesia, masyarakat Indonesia menjadi lebih kreatif dalam mengemas suatu produk informasi. Pada awal tahun 2020 aplikasi TikTok menjadi peringkat satu sebagai platform aplikasi hiburan yang paling banyak diunduh dan digunakan. Aplikasi TikTok dikenal sebagai Douyin yaitu sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Aplikasi TikTok merupakan aplikasi hiburan yang memberikan wadah kepada para penggunanya untuk dapat berekspreasi melalui konten video baik berupa gerakan atau video *lip sync (lip synchronisation)* (Isaac, 2020).

Saat ini aplikasi TikTok menjadi raja dalam media sosial karena banyak masyarakat Indonesia yang menggunakannya. Mulai dari anak-anak, orang dewasa baik aktor maupun aktris menggunakan aplikasi TikTok sebagai konten untuk membuat video dan untuk membagikan informasi mengenai review suatu produk maupun tempat wisata dan masih banyak lagi. Ada juga yang menggunakan aplikasi TikTok untuk mengabadikan momen romantis bersama keluarga, pasangan, dan sahabat (Isaac, 2020).

Beberapa media besar di Kota Bandung telah memiliki akun dalam aplikasi TikTok, dari 26 media besar yang telah terdaftar dalam Data Perusahaan Pers di Kota Bandung, terdapat enam media yang memiliki akun pada aplikasi TikTok dan telah menggunakan aplikasi TikTok sebagai media menyebarkan informasi yaitu Tribunnews, Galamedia News, Pikiran Rakyat, Kompas TV News, Inspira TV, dan Radar Bandung. Dari enam media di Kota Bandung yang memiliki akun TikTok tersebut, akun TikTok milik Pikiran Rakyat yang dikelola oleh Pikiran

Rakyat Media Network memiliki jumlah pengikut dan likes paling banyak dibandingkan dengan media lainnya yaitu diikuti oleh kurang lebih dua milyar pengikut dan jumlah *likes* kurang lebih dua puluh satu milyar (Data Perusahaan Pers Kota Bandung, 2020).

Minimnya referensi penelitian mengenai aplikasi TikTok untuk melakukan penelitian ini membuat peneliti membandingkan penelitian ini dan penelitian terdahulu dengan mengangkat garis besar media sosial. *Pertama*, Penelitian Galuh Garmabrata (2014). Penelitian ini berjudul Realitas Kompas TV dalam Menggunakan Youtube sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita. Hasil penelitian ini memfokuskan pada penggunaan Youtube sebagai media untuk menyebarluaskan informasi dengan menggunakan metode deskriptif yaitu peran Youtube sebagai media yang digunakan Kompas TV untuk menyebarluaskan informasi sebagai salah satu inovasi dari sebuah media. Adapun keuntungan yang diperoleh oleh Kompas TV karena menggunakan Youtube sebagai sarana untuk mempublikasikan informasi adalah tingginya minat masyarakat untuk menonton konten yang disajikan Kompas TV melalui Youtube sehingga menghasilkan monetisasi bagi Kompas TV.

Kedua, Penelitian Ali Akbar (2018). Penelitian ini berjudul Efektivitas Youtube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV). Penelitian ini berfokus pada penggunaan Youtube sebagai media untuk menyebarluaskan informasi dengan metode deskriptif. Hasil penelitian ini berfokus kepada peran Youtube sebagai sebuah aplikasi yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi dengan efektivitas yang diperoleh melalui proses wawancara kepada masyarakat. Hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa Youtube dinilai efektif dalam memberitakan informasi daripada televisi karena minim iklan dan memiliki fitur yang dapat mengatur kualitas video. Penelitian ini juga menghasilkan data berupa tingginya minat masyarakat menggunakan Youtube untuk menonton konten yang disajikan oleh Serambi on TV karena mudah diakses tanpa memerlukan akses seperti antena televisi. Konten pada Serambi on TV dapat dengan mudah diakses dimanapun hanya dengan syarat adanya kuota dan jaringan yang saat ini sudah memasuki tahap menyeluruh, artinya dimanapun dan kapanpun dapat diakses dengan mudah karena kualitas sinyal yang sudah sangat baik.

Ketiga, Penelitian Susilowati (2018) yang berjudul Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @bowo_allpennliebe). Penelitian ini berfokus kepada aplikasi Instagram sebagai media branding dari akun TikTok @bowo_allpennliebe dengan menggunakan metode deskriptif. Hasil dari penelitian yang diperoleh yaitu menunjukkan bahwa aplikasi Instagram memiliki peran penting dalam membuat

branding pemilik akunnya menjadi dikenal oleh masyarakat karena fitur sharing yang tersedia pada aplikasi TikTok dapat langsung terhubung dengan aplikasi Instagram sehingga masyarakat yang mengikuti akun

@bowo_allpenliebe dapat langsung mengetahui postingan terbaru yang dibuat oleh pemilik akun.

Penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan penelitian ini yaitu penggunaan media sosial sebagai media untuk menyebarluaskan informasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada media sosial yang digunakan, penelitian ini fokus kepada aplikasi TikTok @pikiranrakyat yaitu sebuah akun yang dikelola langsung oleh Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) sedangkan penelitian sebelumnya fokus kepada aplikasi Youtube dan Instagram. Selain itu, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah metode deskriptif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan tujuan agar data yang diperoleh lebih rinci dan menyeluruh.

Untuk melakukan penelitian ini, peneliti harus melakukan wawancara serta observasi ke Kantor Pikiran Rakyat Media Network yang berlokasi di Jl. Asia Afrika No.77, Braga, Kecamatan Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111. Untuk menunjang penelitian ini, peneliti merumuskan tiga pertanyaan penelitian yaitu (1) Bagaimana proses pengelolaan informasi pada akun TikTok Pikiran Rakyat yang dilakukan oleh Pikiran Rakyat Media Network? (2) Pertimbangan apa saja yang mendorong Pikiran Rakyat Media Network menggunakan aplikasi TikTok sebagai media untuk menyebarluaskan informasi? (3) Bagaimana kriteria konten yang digunakan pada akun TikTok Pikiran Rakyat Media Network?.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus yaitu salah satu metode penelitian dalam ilmu sosial terhadap peristiwa yang sedang berlangsung. Untuk memperoleh pengetahuan secara mendalam, data studi kasus dapat diperoleh tidak saja dari kasus yang diteliti, tetapi juga dari semua pihak yang mengetahui dan mengenal kasus tersebut dengan baik. Penelitian studi kasus menekankan kedalaman analisis pada kasus tertentu yang lebih spesifik (Rahardjo, 2010).

LANDASAN TEORITIS

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan Teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers karena teori ini relevan dengan judul penelitian mengenai sebuah inovasi media. Esensi dari teori ini pada dasarnya menjelaskan proses bagaimana suatu ide baru (inovasi) dikomunikasikan atau

disampaikan melalui saluran komunikasi yang terdiri dari empat elemen pokok yaitu inovasi (*innovation*) yaitu sebuah ide, praktik atau objek yang dipersepsikan sebagai sesuatu yang baru oleh individu. Saluran komunikasi (*communication channel*) yaitu proses sebuah pesan inovasi dikomunikasikan

dari individu satu ke individu lainnya. Jangka waktu (*time*) yaitu waktu ketika terjadinya proses komunikasi sebuah inovasi dari individu satu ke individu lainnya. Sistem sosial (*social system*) yaitu serangkaian bagian yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan tertentu (Rogers, 2003).

Tahapan dari proses pengambilan keputusan inovasi terbagi menjadi empat tahap yaitu tahap munculnya pengetahuan (*knowledge*) yaitu ketika seorang individu menanggapi sebuah inovasi berdasarkan keuntungan atau manfaat bagi individu tersebut. Tahap persuasi (*persuasion*) yaitu ketika seorang individu membentuk sikap baik atau tidak terhadap sebuah inovasi. Tahap keputusan (*decision*) yaitu ketika seorang individu terlibat dalam pengambilan keputusan terhadap sebuah inovasi. Tahap implementasi (*implementation*) yaitu ketika seorang individu menetapkan sebuah keputusan terhadap penggunaan inovasi. Tahap konfirmasi (*confirmation*) yaitu ketika seorang individu mencari penguatan kepada individu lain terhadap sebuah penggunaan inovasi (Rogers, 2003).

Berkaitan dengan proses difusi inovasi pada suatu sistem sosial terdapat empat dimensi pemanfaatan pengetahuan yaitu dimensi sumber (*source*) yaitu institusi, organisasi, dan individu yang bertanggung jawab menciptakan sebuah inovasi. Dimensi isi (*content*) yaitu pengetahuan dan sebuah ide baru yang menjadi isi dari proses inovasi. Dimensi media (*medium*) yaitu cara sebuah inovasi dikomunikasikan. Dimensi pengguna (*user*) yaitu pengguna dari sebuah inovasi (National Center for the Dissemination of Disability Research (NCDDR), 1996).

Pendekatan merupakan titik tolak atau sudut pandang seseorang terhadap sebuah proses pembelajaran. Pendekatan jurnalistik adalah sebuah kegiatan dalam memperoleh sebuah informasi dengan menggunakan sudut pandang seorang jurnalis dalam hal mencari dan mengumpulkan informasi dalam suatu lingkungan. Seorang jurnalis harus bisa melakukan pendekatan guna mendapatkan informasi yang spesifik dan bersifat objektif (Romli, 2008).

Immersion Journalism (immerse reporting) merupakan sebuah teknik pendekatan yang dilakukan oleh seorang jurnalis untuk menemukan sebuah informasi dengan cara melebur atau berbaur dengan lingkungan. Seorang jurnalis berbaur dengan lingkungan sekitar kejadian agar dapat menghasilkan laporan jurnalistik yang realistis dan objektif. Saat ini, teknik pendekatan immersion journalism tidak hanya dilakukan oleh jurnalis namun media berperan penting dalam melakukan

pendekatan dengan media lain guna meningkatkan kualitas dan mutu perusahaan (Romli, 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memilih akun TikTok Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) untuk menghasilkan data-data berupa cara mengelola akun TikTok Pikiran Rakyat yang dilakukan oleh Pikiran Rakyat Media Network, pertimbangan yang dilakukan Pikiran Rakyat Media Network memilih aplikasi TikTok sebagai media untuk menyebarkan informasi, dan kriteria konten yang digunakan untuk disebarluaskan melalui aplikasi TikTok Pikiran Rakyat Media Network karena akun TikTok milik Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) memiliki jumlah pengikut terbanyak dalam cakupan media yang menggunakan akun TikTok untuk menyebarkan informasi di Kota Bandung yaitu diikuti oleh kurang lebih dua milyar pengikut dan jumlah likes kurang lebih dua puluh satu milyar (Data Perusahaan Pers Kota Bandung, 2020).



Sumber : pikiranrakyat.com (tahun 2021)

Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) terbagi menjadi dua divisi yaitu website dan media sosial. Divisi media sosial terdiri dari satu tim yang beranggotakan enam orang, yaitu seorang manajer divisi media sosial, empat orang video editor, dan seorang editor non video. Divisi media sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) berusia dua tahun. Tanggal berdirinya sama dengan tanggal diresmikannya Pikiran Rakyat Media Network yang berganti nama dari Pikiran Rakyat Media Online yaitu pada tanggal 2 Desember 2019.

Hasil penelitian dalam penelitian ini diambil dari hasil wawancara dengan informan yang relevan dan sesuai dengan penelitian yaitu Manajer Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) beserta tim pengelola akun TikTok Pikiran Rakyat Media Network (PRMN). Dalam wawancara yang sudah dilakukan, menghasilkan jawaban dari ketiga pertanyaan dalam fokus penelitian yaitu pengelolaan akun TikTok Pikiran Rakyat yang dilakukan oleh Pikiran Rakyat Media Network (PRMN), pertimbangan yang dilakukan Pikiran Rakyat Media Network memilih aplikasi TikTok sebagai media untuk menyebarkan informasi, dan kriteria konten yang digunakan untuk disebarluaskan melalui aplikasi TikTok Pikiran Rakyat Media Network (PRMN).

Proses Pengelolaan Informasi

Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) terbagi menjadi dua divisi yaitu Divisi Website dan Divisi Media Sosial yang beralamat di Jl. Asia Afrika No. 77, Braga, Kecamatan Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111. Divisi

Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network beranggotakan enam orang yaitu seorang manajer, empat orang video editor, dan seorang editor non video. Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) merupakan salah satu media di Kota Bandung yang memiliki jumlah pengikut serta likes terbanyak pada akun TikTok diantara media lainnya yang memilih akun TikTok sebagai media untuk menyebarkan informasi berdasarkan Data Perusahaan Pers Kota Bandung tahun 2020 sampai 2021.

Media berbagi merupakan situs media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi gambar, video, audio, dan dokumen kepada khalayak atau kepada pengguna lainnya. Dalam hal ini, Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network menyajikan informasi dalam bentuk video dan teks yang dipublikasikan setiap hari dengan jumlah minimal delapan video dalam satu hari. Informasi yang dipublikasikan dalam bentuk video di upload melalui Instagram, TikTok, dan Youtube. Sedangkan link video dalam bentuk teks di upload melalui Twitter dan Facebook (Nasrullah, 2020 : 44).

Pertama, proses pengelolaan informasi pada akun TikTok Pikiran Rakyat diawali dengan pencarian informasi terkini, teraktual, dan terbaru oleh video editor dan editor non video yang diperoleh dari lapangan atau melalui situs-situs di dalam internet. Manajer pun ikut andil dalam mencari informasi terbaru untuk dimuat dalam akun TikTok Pikiran Rakyat. Informasi yang dicari merupakan berita hangat yang sedang viral di masyarakat terutama untuk konten TikTok, informasi yang disajikan harus aktual agar menarik minat masyarakat atau *followers* di TikTok Pikiran Rakyat. Video editor dalam tim Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) memiliki dua tugas sekaligus dalam menjalankan proses pengelolaan informasi. Selain menjadi seorang editor video, empat orang video editor dalam tim Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) ikut andil dalam proses mencari informasi aktual yang sedang hangat terjadi di masyarakat khususnya di Kota Bandung.

Informasi yang diperoleh bisa dari informasi yang sama pada Harian Umum Pikiran Rakyat atau dapat diperoleh langsung dari lapangan. Dalam satu hari informasi yang diperoleh dapat berupa *breaking news* dan informasi ringan, dalam hal ini, Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) harus pandai dalam memainkan strategi publikasi video pada akun TikTok Pikiran Rakyat agar

tidak terjadi kesalahan. Waktu yang ditentukan dalam satu hari untuk pengumpulan berita maksimal hingga sore hari. Berita yang dipublikasikan minimal delapan video perharinya dengan tema yang beragam agar masyarakat yang mengikuti akun TikTok Pikiran Rakyat tidak merasa bosan dan jenuh untuk melihat video yang dipublikasikan dengan durasi kurang lebih satu menit.

Pemilihan informasi menjadi suatu hal yang sangat penting agar masyarakat tetap menjadi pengikut setia pada akun TikTok Pikiran Rakyat. Kerja sama tim sangat dibutuhkan untuk menghindari kesalahan dalam proses pengelolaan informasi dari mulai pencarian informasi hingga penyebaran informasi melalui seluruh *platform* milik Pikiran Rakyat. *Kedua*, informasi yang telah diperoleh diketik terlebih dahulu dan diserahkan kepada manajer untuk dicek dan dipilih terlebih dahulu agar dapat dibuat dalam bentuk video pendek dengan durasi kurang lebih satu menit pada akun TikTok Pikiran Rakyat.

Proses pengecekan terlebih dahulu merupakan salah satu bagian penting guna menghindari kesalahan dalam proses publikasi informasi. Manajer berperan penting dalam proses pengecekan agar tidak ada kesalahan penulisan, dalam hal ini Manajer Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) melakukan kerjasama dengan seorang editor non video untuk membantu proses pengecekan informasi. Tim Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) masih minim anggota karena hanya terdiri dari enam orang karena terbilang masih baru.

Awal mula Divisi Media Sosial didirikan pada tanggal 2 Desember 2019, nama perusahaan masih Pikiran Rakyat Media Online atau Pikiran Rakyat Digital yang bertempat di Jl. Peta, Kota Bandung. Setelah dipindahkan, lingkungan baru membuat tim lebih nyaman dalam bekerja karena berada di pusat Kota Bandung dengan wilayah yang asri. *Ketiga*, setelah informasi selesai melalui tahap pengecekan oleh manajer, selanjutnya informasi terbaru tersebut dibuat dalam bentuk video bergambar dengan durasi kurang lebih satu menit. Dalam videonya terdapat instrumen musik agar lebih menarik dan disusun menggunakan huruf atau jenis *font* yang jelas agar dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat yang membaca.

Aplikasi merupakan program yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam menjalankan pekerjaan tertentu. Program yang dimaksud merupakan sebuah inovasi dalam bidang teknologi yang dikhususkan untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah masyarakat dalam melakukan sebuah pekerjaan (Yuhefizar, 2012).

Pemilihan instrumen atau alunan musik untuk video yang disebarkan pada aplikasi TikTok menjadi hal yang sangat penting karena tingkat kecocokan antara musik dan video yang ditayangkan harus sinkron atau sesuai. Sedangkan untuk jenis huruf atau *font* yang digunakan harus jelas dan terbaca serta menggunakan

warna hitam atau putih sesuai ketentuan dalam membuat sebuah video berita yang berlaku. Foto yang ditampilkan dalam video berdurasi kurang lebih satu menit kami diperoleh langsung dari lapangan atau melalui wartawan Harian Umum Pikiran Rakyat.

Keempat, apabila video sudah berhasil dipublikasikan, *link* dari video tersebut akan disalin dan ditempel (*copy paste*) pada platform lainnya milik Pikiran Rakyat yaitu Twitter dan Facebook dengan ditambahkan sedikit kalimat agar dapat dengan jelas dipahami dan menarik minat masyarakat untuk membuka *link* tersebut dan melihat video yang tersaji dalam aplikasi TikTok, Instagram, maupun Youtube. Setelah melalui proses pengeditan video, suara, musik, selanjutnya video tersebut siap untuk di publikasikan pada *platform* media sosial milik Pikiran Rakyat yaitu TikTok, Youtube, dan Instagram. Adanya fitur *share link* pada aplikasi TikTok memudahkan Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) untuk menyebarkan informasi yang sama pada Twitter dan Facebook Pikiran Rakyat.

Peran administrasi dalam sebuah perusahaan sangat penting untuk mengorganisasikan profil karyawan perusahaan dalam jaringan sosial yang relevan berdasarkan situasi saat ini. Dengan membentuk sebuah media sosial, masyarakat dapat dengan mudah menemukan perusahaan dan segala bentuk administratifnya terbukti dengan kerja sama tim diawali dengan proses pencarian informasi terbaru yang sedang menjadi perbincangan hangat di masyarakat. Informasi tersebut dapat diperoleh langsung dari lapangan atau dari wartawan pada Harian Umum Pikiran Rakyat. Informasi tersebut kemudian dibuat menjadi sebuah transkrip sebelum akhirnya dilakukan pengecekan oleh Manajer Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) dengan dibantu oleh salah satu editor non video. Selanjutnya informasi yang didapatkan di edit dalam bentuk video berdurasi kurang lebih satu menit dengan ditambahkan foto, rangkaian kalimat, dan instrumen musik. (Wijaya dalam Kurniawan, 2013).

Setelah melalui proses pengeditan, video tersebut sudah siap disebarluaskan untuk dikonsumsi masyarakat melalui aplikasi TikTok, Youtube, dan Instagram milik Pikiran Rakyat. Setelah di upload, link dari video tersebut kemudian di share ke media sosial milik Pikiran Rakyat lainnya yaitu Twitter dan Facebook dengan menambahkan rangkaian informasi tertulis. Proses pengelolaan informasi pada akun TikTok Pikiran Rakyat sudah memenuhi kriteria kejournalistikan dari mulai tahap pencarian informasi, pengecekan, penyuntingan, hingga akhirnya dipublikasikan kepada khalayak. Tahap observasi yang dilakukan oleh peneliti membuktikan adanya kerja sama tim yang baik oleh Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) dalam hal pengelolaan informasi mulai dari mencari hingga mempublikasikan informasi kepada khalayak.

Pertimbangan Penggunaan Aplikasi

Pada awal tahun 2020 aplikasi TikTok menjadi salah satu aplikasi yang digemari oleh berbagai kalangan di Indonesia. Pikiran Rakyat Media Network menjadi salah satu media di Kota Bandung yang ikut menggunakan aplikasi TikTok untuk menciptakan terobosan baru dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) sempat merasa ragu untuk membuat akun pada aplikasi TikTok karena merupakan aplikasi baru meskipun pihak TikTok sudah banyak mengajak media untuk bekerja sama membuat akun namun belum ada yang bisa TikTok tawarkan (*feedback*) kepada media karena tidak ada monetisasinya seperti Youtube.

Namun pada tahun 2020 TikTok memberikan fitur berupa artikel yang nantinya *link* dari artikel tersebut dapat disebarluaskan ke *website* dan media sosial yang lain sehingga ada monetisasinya. Pihak TikTok juga sangat membantu media untuk memperoleh centang biru atau verifikasi pada akun TikTok. Namun karena Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) masih beranggotakan sedikit orang jadi konten video yang di *upload* di semua *platform* media sosial sama padahal seharusnya berbeda karena dilihat dari fitur *display* di aplikasi TikTok itu potrait bukan landscape jadi sebenarnya lebih ideal apabila menampilkan seorang reporter.

Namun dalam hal ini, Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) lebih mengutamakan dan menghasilkan sesuatu semaksimal mungkin dengan jumlah anggota yang sedikit hingga akhirnya TikTok Pikiran Rakyat mengalami pertumbuhan yang pesat diantara *platform* media sosial yang lain yaitu memiliki jumlah pengikut hampir delapan ratus ribu dan jumlah *likes* hampir sepuluh milyar dalam satu tahun, berbeda dengan Youtube yang memiliki jumlah subscriber sebanyak dua ratus ribu dalam setahun dan Instagram yang memiliki jumlah pengikut lima puluh ribu dalam setahun. Meskipun *link website* yang di klik oleh masyarakat pada akun TikTok Pikiran Rakyat masih jauh lebih kecil daripada Youtube dan Instagram Story, namun untuk menaikkan branding sangat pesat pertumbuhannya.

Berani mengambil resiko dengan keluar dari lingkup keraguan menjadi langkah awal Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) dalam mencapai puncak pada aplikasi TikTok yang kini telah mencapai milyaran pengikut dan *likes*. Keraguan yang sempat membelenggu karena tidak adanya monetisasi dari pihak TikTok tidak menjadi penghalang bagi Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) untuk terus menghasilkan informasi bagi masyarakat. Antusias masyarakat menjadi faktor penyemangat tersendiri bagi tim Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) untuk terus menghasilkan konten-

konten yang berkualitas bagi khalayak. Dalam waktu kurang lebih dua tahun, akun TikTok Pikiran Rakyat mengalami peningkatan jumlah pengikut dan *likes* yang sangat besar.

Saling mengingatkan satu sama lain adalah kunci kerjasama tim Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN). Dari proses pencarian informasi kerjasama antara Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) dengan Harian Umum Pikiran Rakyat terjalin dengan sangat baik. Berkurangnya minat masyarakat terhadap media cetak bukan merupakan salah satu faktor pendorong Pikiran Rakyat memilih beralih menggunakan aplikasi TikTok karena kedua perusahaan tersebut tidaklah sama. Harian Umum Pikiran Rakyat dan Pikiran Rakyat Media Network merupakan dua perusahaan yang berbeda meskipun dalam satu naungan dan kantor yang beralamat sama.

Pikiran Rakyat Cetak dan Pikiran Rakyat Media Network merupakan dua perusahaan yang berbeda, tujuan awalnya membangun Pikiran Rakyat Media Network adalah untuk memisahkan diri dari Pikiran Rakyat Cetak karena Pikiran Rakyat Media Network memiliki konsep dan pemikiran yang tidak bisa bertemu antara cetak dan media sosial. Untuk akun Instagram pun Pikiran Rakyat Cetak dan Pikiran Rakyat Media Network memiliki akun yang berbeda. Selain itu, untuk Pikiran Rakyat Cetak masih sangat mementingkan unsur jurnalistik, bagaimana suatu konten yang diangkat harus mengandung unsur *investigative* dan prosesnya jauh lebih panjang daripada media sosial.

Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) memiliki proses yang jauh lebih cepat daripada Pikiran Rakyat Cetak karena dalam proses pengelolaan informasinya tidak melibatkan unsur *investigative* dalam penyajian informasinya. Hal tersebut sangat menguntungkan bagi tim Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) untuk menyajikan informasi yang banyak dalam satu hari dengan minimal delapan video.

Kebijakan minimal delapan video perhari sangat membantu tim untuk terus mencari informasi terbaru agar dapat menyajikan informasi yang hangat bagi masyarakat. Kerja sama yang terjalin dengan sangat baik antara Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) dengan Harian Umum Pikiran Rakyat membuat Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) cukup mudah untuk mendapatkan akses berita terkini yang nantinya dapat disebarluaskan melalui aplikasi TikTok dalam bentuk video berdurasi kurang lebih satu menit setiap harinya. Waktu istirahat dalam satu hari biasanya dimanfaatkan untuk bertukar informasi baik antar tim, divisi, maupun antar perusahaan karena biasanya dalam satu hari selalu ada wartawan atau reporter yang mampir ke kantor untuk sekedar menunggu waktu wawancara berikutnya. Momen-momen seperti itu yang

dimanfaatkan untuk saling bertukar sapa dan bertukar informasi.

Sebuah media dapat dikatakan sebagai seorang *public relation* yang pastinya memiliki strategi dalam basis komunikasi agar dapat membuat seorang investor mau untuk menginvestasikan saham atau dana dalam suatu perusahaan. Media disini memiliki peran penting dalam mewujudkan ikatan kerja sama dengan media lain agar kedepannya terbangun sebuah jaminan baik dalam bentuk monetisasi ataupun dalam bentuk keuntungan lainnya. Dalam hal ini, Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) membuka jalan bagi media baru seperti aplikasi TikTok untuk melakukan sebuah kerjasama jangka panjang yang akan menguntungkan kedua belah pihak (Dewi, 2016).

Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) hanya memiliki satu akun pada aplikasi hiburan seperti TikTok. Ini merupakan sebuah terobosan baru karena ternyata aplikasi hiburan untuk konten video gerakan ataupun *lip sync* (*lip synchronisation*) dapat dijadikan aplikasi untuk menyebarkan informasi penting yang dapat menjadi konsumsi sehari-hari dalam masyarakat. Hingga saat ini belum ada pendekatan yang dilakukan oleh pihak aplikasi lain (Dubsplash, Like, Snack Video) ke pihak Pikiran Rakyat Media Network (PRMN), berbeda dengan pihak dari TikTok yang melakukan pendekatan ke pihak Pikiran Rakyat Media Network (PRMN). Aplikasi yang terakhir melakukan pendekatan dengan menghubungi pihak Pikiran Rakyat Media Network adalah pihak dari aplikasi Hello.

Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) telah membuktikan definisi dari sebuah media yaitu merupakan seluruh bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebarkan sebuah ide, gagasan, atau pendapat yang dijadikan perantara agar ide, gagasan, dan pendapat tersebut dapat disampaikan dengan baik kepada penerima yang dituju yaitu masyarakat atau khalayak luas (Azhar, 2002:4).

Beragam aplikasi hiburan baru di tanah air saling bersaing dalam memberikan kenyamanan bagi penggunanya namun dari banyaknya aplikasi hiburan yang bermunculan, baru dua aplikasi yang melakukan pendekatan dengan pihak Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) yaitu aplikasi TikTok dan aplikasi Hello. Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) akan terus meningkatkan kinerja dalam mempublikasikan informasi hangat setiap harinya meskipun dengan jumlah anggota yang masih terbilang sedikit. Konsep yang dilakukan saat ini akan terus dipertahankan sehingga masyarakat dapat menikmati informasi yang disajikan setiap harinya melalui berbagai *platform* milik Pikiran Rakyat terutama aplikasi TikTok.

Berkembangnya Tik Tok Pikiran Rakyat dengan sangat pesat membangun

semangat tim tersendiri bagi Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN). Saat ini meskipun jumlah tim terbilang masih sedikit, hal itu tidak menghalangi Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) untuk terus membuat konten-konten aktual yang disuguhkan untuk masyarakat khususnya bagi pengikut pada akun TikTok Pikiran Rakyat. Pada awal tahun 2020 menjadi tahun yang sangat bersejarah bagi Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network karena pada tahun tersebut terjadi terobosan baru berupa pemanfaatan teknologi baru yaitu aplikasi TikTok untuk digunakan dalam proses penyebaran informasi. Informasi yang disajikan pada akun TikTok Pikiran Rakyat merupakan informasi yang sedang hangat dan ramai diperbincangkan oleh masyarakat.

Kriteria Konten pada Aplikasi

Kriteria konten yang dipublikasikan pada akun TikTok Pikiran Rakyat dipilih berdasarkan informasi yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat. Konten tersebut dapat berupa berita berat seperti keadaan negara, bencana alam maupun berita ringan seperti biografi dan berita hiburan. Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) lebih mengutamakan berita yang sedang viral untuk dipublikasikan pada akun TikTok Pikiran Rakyat.

Karakteristik media sosial salah satunya adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Oleh karena itu, konten dipilih berdasarkan *trending* contohnya isu yang sekarang sedang tinggi adalah tentang Palestina atau contoh lainnya adalah video viral. Untuk TikTok lebih memasarkan video viral berbeda dengan Instagram dan Youtube. Pengikut (*followers*) di akun TikTok Pikiran Rakyat 60% adalah perempuan dan mayoritas adalah anak-anak, sedangkan di Instagram dan Youtube 70% pengikutnya adalah laki-laki. Jadi TikTok merupakan satu-satunya media sosial Pikiran Rakyat yang pengikutnya mayoritas perempuan (Nasrullah, 2020 : 16)

Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) memiliki strategi mengutamakan berita viral untuk dipublikasikan pada akun TikTok Pikiran Rakyat daripada platform Pikiran Rakyat lainnya karena akun TikTok Pikiran Rakyat memiliki jumlah pengikut (*followers*) dengan jumlah kenaikan yang fantastis mencapai 2.3 miliar dan jumlah *likes* mencapai 21.8 milyar berdasarkan data terkini yaitu bulan Desember 2021, berita viral pada akun TikTok Pikiran Rakyat juga sangat disukai oleh pengikut (*followers*) dan mendapatkan banyak *likes* dari masyarakat.

Informasi yang agak sulit diperoleh ketika pandemi Corona (Covid-19) yang masih tinggi adalah informasi yang dapat disuguhkan menjadi berita berat seperti keadaan politik maupun persoalan tentang pejabat negara. Apabila diadakan konferensi pers pun jumlah wartawan sangat dibatasi dengan persyaratan yang menggunung salah satunya wajib melakukan tes SWAB terlebih dahulu. Hal tersebut merupakan tantangan tersendiri bagi Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) karena belum terbiasa. Berbeda dengan wartawan dari Harian Umum Pikiran Rakyat yang hampir setiap hari

Melakukan tes SWAB, liputan adalah santapan sehari-hari, oleh karena itu Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network melakukan kerja sama yang baik dengan wartawan dari Harian Umum Pikiran Rakyat agar dapat bertukar informasi. Hal itu sudah dibiasakan sejak *lockdown* pertama di Kota Bandung hingga saat ini.

Konten yang dipublikasikan dalam satu hari sangat beragam, mulai dari informasi yang berat hingga informasi yang ringan. Berdasarkan random check yang dilakukan oleh tim Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN), konten yang sedang viral menjadi konten yang paling banyak diincar dan disukai oleh masyarakat. Ketika melakukan *random check*, konten yang sedang viral yang mendapatkan *likes* paling banyak dari masyarakat atau pengikut pada akun TikTok Pikiran Rakyat. Oleh karena itu, melakukan pengecekan ulang sebelum mempublikasikan informasi menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN). Pengecekan random yang dilakukan oleh manajer menjadi hal penting untuk mengetahui sejauh mana minat masyarakat terhadap akun TikTok Pikiran Rakyat.

Random check biasa dilakukan seminggu sekali untuk mengetahui informasi apa yang paling banyak disukai dan diminati oleh masyarakat. Setelah dilakukan pengecekan berkala, informasi yang sedang viral lebih diminati oleh masyarakat dibandingkan dengan informasi berat mengenai politik. Informasi ringan seperti tips atau tempat wisata untuk *staycation* menjadi deretan yang disukai juga oleh masyarakat. TikTok Pikiran Rakyat merupakan salah satu akun yang media besar di Kota Bandung yang sangat diminati oleh masyarakat, terbukti dengan tingginya jumlah pengikut dan banyaknya jumlah likes yang diperoleh oleh akun TikTok Pikiran Rakyat dalam dua tahun yaitu jumlah pengikut mencapai dua milyar lebih dan jumlah likes mencapai dua puluh satu milyar lebih.

Aplikasi Tiktok menjadi salah satu perantara yang meliputi sebuah instruksi dan pernyataan dalam suatu komponen yang dapat memproses sesuatu dari input menjadi output. Input berarti segala sesuatu yang dituangkan baik berupa gambar, tulisan, maupun rekaman video. Output berarti segala hal yang telah dituangkan

dapat dipublikasikan atau dikeluarkan dalam bentuk inovasi media melalui sebuah aplikasi (Jogiyanto, 1999 : 12).

Hal tersebut merupakan sebuah prestasi yang sangat besar bagi Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN). Hingga saat ini total platform media sosial yang dimiliki oleh akun TikTok Pikiran Rakyat adalah lima yaitu TikTok, Instagram, Youtube, Twitter, dan Facebook. Kriteria konten yang digunakan oleh Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) mengutamakan aspek berita viral yaitu berita yang sedang ramai diperbincangkan

oleh masyarakat. Informasi yang disebarluaskan melalui aplikasi TikTok Pikiran Rakyat sangat beragam dan menarik untuk ditonton.

Meskipun masih berbentuk video bergambar yang diiringi oleh instrumen, antusias masyarakat terhadap konten-konten yang disebarluaskan sangat tinggi. Hal tersebut membuktikan bahwa sebuah informasi merupakan olahan data yang dapat dijadikan dasar untuk mengambil keputusan. Informasi menjadi salah satu

bagian penting dari media sosial karena merupakan representasi dari suatu konten yang diperoleh dari olahan data atau sebuah informasi (Bodnar, 2000 dalam Nasrullah, 2020 : 19).

PENUTUP

Berdasarkan fokus penelitian yang menghasilkan tiga pertanyaan penelitian berupa proses pengelolaan informasi, pertimbangan penggunaan aplikasi, dan kriteria konten pada aplikasi, peneliti dapat menyimpulkan tiga hal yang disusun melalui teknik pengumpulan data melalui kegiatan observasi, wawancara, serta mendokumentasikan beberapa hal dan melakukan teknik penentuan keabsahan data melalui *credibility* (kredibilitas), *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*, peneliti dapat mengambil kesimpulan menggunakan teknik analisis data berupa reduksi data (*data reduction*) dan penyajian data (*data display*).

Proses pengelolaan informasi pada akun TikTok Pikiran Rakyat diawali dengan teknik pencarian informasi oleh tim yang beranggotakan enam orang kemudian mengelola informasi tersebut ke dalam bentuk video bergambar yang telah diedit dan disusun dengan menarik sampai akhirnya disebarluaskan melalui aplikasi TikTok Pikiran Rakyat dengan jumlah minimal delapan video dalam satu hari. Adanya *feedback* dari pihak TikTok membuat Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) mendapatkan monetisasi dengan menyebarkan informasi pada akun TikTok. Selain itu, pihak dari TikTok memberikan timbal balik dengan menjamin verifikasi akun atau memberikan centang biru pada akun TikTok Pikiran Rakyat yang bisa meningkatkan kinerja perusahaan untuk kedepannya. Hal ini

membuktikan bahwa pihak dari aplikasi TikTok menggunakan teknik pendekatan immersion journalism dalam hal melakukan kerja sama dengan Pikiran Rakyat Media Network (PRMN).

Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN) menggunakan kriteria konten dengan mengutamakan berita yang sedang viral atau hangat di masyarakat untuk dipublikasikan dalam bentuk video bergambar dengan durasi kurang lebih satu menit pada akun TikTok Pikiran Rakyat dan menggunakan fitur share atau berbagi artikel dari aplikasi TikTok ke platform milik Pikiran Rakyat lainnya seperti Instagram, Youtube, Twitter dan Facebook.

Saran bagi Pihak Lembaga yaitu Divisi Media Sosial Pikiran Rakyat Media Network (PRMN), proses penyebaran informasi melalui aplikasi TikTok tidak hanya dimuat dalam bentuk video yang berisi gambar dan tulisan namun informasi yang disajikan disampaikan oleh seorang *news anchor* atau pembawa acara berita agar informasi tersebut lebih menarik dan melengkapi unsur kejournalistikannya. Informasi yang disebarluaskan melalui platform milik Pikiran Rakyat yaitu TikTok, Instagram, Youtube, Twitter, dan Facebook memiliki perbedaan yang signifikan agar masyarakat yang membaca atau menonton tidak merasa bosan karena informasi yang disajikan pada semua platform milik Pikiran Rakyat sama, alangkah baiknya apabila informasi yang disajikan memiliki perbedaan agar lebih menarik untuk dikonsumsi oleh khalayak.

Saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai penggunaan aplikasi TikTok sebagai media menyebarluaskan informasi diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan proses pengolahan informasi, pertimbangan penggunaan aplikasi, dan kriteria konten agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi, serta lebih mempersiapkan diri dalam proses pengumpulan data dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Ali. (2018). *Efektivitas Youtube sebagai Media Penyebaran Informasi*, diakses 8 November 2020, dari <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/5845/>.
- Arsyad, Azhar. (2002). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hal. 4.
- Dewan Pers. (2020). *Data Perusahaan Pers Kota Bandung*, diakses 8 November 2020, dari <https://devanpers.or.id/>.
- Dewi, Qurani. (2016). *Strategi Komunikasi pada Pasar Modal Syariah Berbasis Cyber Public Relations*, diakses 5 Agustus 2022, dari <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajbs/article/view/1559>.
- Garmabrata, Galuh. (2014). *Realitas Kompas TV dalam Menggunakan Youtube sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita*, diakses 8 November 2020, dari <http://eprints.untirta.ac.id/516/>.
- Isaac, Mike. (2020). "U.S. Appeals Injunction Against TikTok Ban", diakses 8 Oktober 2020, dari <https://www.nytimes.com>.
- Jogiyanto, H. M. (1999). *Analisis & Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi. Hal. 12.
- Nasrullah, Rulli. (2020). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- National Center for the Dissemination of Disability Research (NCDDR). (1996), diakses 15 November 2020, dari <https://www.washington.edu/doit/national-center-dissemination-disability-research-ncddr>.
- Rahardjo, Mudjia. (2010). *Mengenal Lebih Jauh Tentang Studi Kasus*, diakses 30 Oktober 2020, dari <https://uin-malang.ac.id>.
- Rogers, Everett M. (2003). *Diffusions of Innovations Fifth Edition*. New York: Free Press.
- Romli, Asep Syamsul M. 2008. *Kamus Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Susilowati. (2018). *Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @bowo_allpennliebe)*, diakses 8 November 2020, dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/viewFile/4319/2703>.
- Wijaya (Kurniawan, 2013). *Fungsi Media Sosial*, diakses 15 November 2020, dari <https://gurupendidikan.co.id/pengertian-media-sosial>.
- Yuhefizar. (2012). *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

