



Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Untuk Berita Online

Mochammad Ihsan Al-ma'arif^{1*} Moch. Fakhruroji¹, Uwes Fathoni²

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

²Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung
m.ihsanarif@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penggunaan media sosial Tiktok; strategi yang digunakan; dan pemilihan isu yang dipublish pada Akun Tiktok @Suaradotcom. Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan tujuan menekankan pada eksplorasi dari suatu sistem terbatas pada satu kasus dalam memanfaatkan media Tiktok oleh Suara.com. Penelitian ini menggunakan Pengumpulan datanya dengan cara melakukan wawancara. Hasil penelitian ini menghasilkan kesimpulan Tiktok ini sebagai media baru dalam penyebaran berita informasi menjadi salah satu cara Suara.com untuk merangkul dan menambah minat baca kepada kaum milenial serta agar masyarakat lebih peduli terhadap suatu informasi yang dipublikasikan dan juga bahwa @suaradotcom memanfaatkan aplikasi tiktok ini untuk mengikuti trend atau perkembangan zaman dalam penyebaran berita dan informasinya.

Kata Kunci : Pemanfaatan media, Media sosial, Tiktok.

ABSTRACT

This online media more or less uses Tiktok social media as a supporting media in disseminating its news, including Suara.com online media. The purpose of this study is to determine the work system of Suara.com media in publishing news through the Tik Tok social media application in the form of videos. This research method uses a case study method with the aim of emphasizing the exploration of a system limited to one case in utilizing Tiktok media by Suara.com This research uses the constructivism paradigm and the Little Jhon humanistic research approach. Collecting data by conducting interviews. The results of this research resulted in the conclusion that Tiktok as a new media in disseminating information news is one of Suara.com's ways to embrace and increase reading interest in millennials and so that the public is more concerned about information that is publicized and also that @suaradotcom utilizes this Tiktok application to keep up with the times in disseminating news and information.

Keywords: Media utilization, social media, Tiktok.

PENDAHULUAN

Aplikasi Tiktok merupakan platform media sosial yang berbasis video yang sedang viral pada akhir tahun 2019 tujuan adanya Tiktok yaitu ingin menjadi media dalam merekam serta memproses video dengan kreatif menggunakan telpon genggam. Aplikasi ini sangat bisa dimanfaatkan oleh media karena aplikasi tiktok ini menjadi aplikasi yang sangat digandrungi oleh sebagian besar masyarakat Indonesia aplikasi ini berasal dari Tiongkok milik perusahaan ByteDance. Baik media online ataupun media konvensional pada saat ini sudah hampir semua menggunakan aplikasi Tiktok ini sebagai wadah penyampaian informasi berita.

Pada saat ini dengan perkembangan teknologi dan internet setiap individu tidak perlu susah payah lagi untuk mendapatkan informasi berita. Dengan lewat media sosial khususnya Tiktok yang kini menjadi platform media sosial yang banyak digunakan oleh khalayak luas berita pun dapat dengan mudah didapatkan dengan membuka aplikasi tiktok dan memfollow akun media berita apa yang *dapat* cari.

Awal fungsi dari aplikasi Tiktok ini yaitu untuk mempublikasi berupa video pendek yang kemudian bisa dilihat oleh khalayak ramai. Dengan berkembangnya teknologi dan perubahan pola komunikasi kini fungsi dari Tiktok tidak lagi tentang publikasi video – video saja akan tetapi berita dan informasi pun kini dipermudah dari mulai ketentuan caption diaplikasi tiktok itu hanya 150 karakter sekarang sudah sampai 500 karakter. Dan durasi video yang dulunya itu hanya 15 – 60 detik akan tetapi sekarang sudah bisa sampai dengan 3 menit durasi videonya.

Aplikasi tiktok menurut (Cindy, 2021) Indonesia menjadi negara kedua terbesar menjadi pasar tiktok di dunia pada tahun 2020. Indonesia sendiri ada 22,2 juta pengguna aktif dari aplikasi tiktok ini. Sedangkan yang menduduki peringkat pertama dengan pengguna aktif sebesar 65,9 juta pada tahun 2020 dan di ikuti oleh Rusia dengan 16,4 juta pengguna aktif.

Milenial dan Gen Z untuk lebih menyadari akan pentingnya suatu informasi berita dan yang membedakan @suaradotcom dan media yang lainnya contohnya Suara.com pada akun Suara.com lebih mempublikasikan berbagai informasi dan berita baik berita hard news maupun *soft news*.

Di Indonesia sendiri media yang sekarang banyak digunakan adalah media sosial yang menjadikan satu alasan bagi masyarakat dalam menggunakan media sosial adalah sebagai sumber informasi. Dengan adanya motif informasi seperti mencari berita mengenai peristiwa atau suatu kondisi yang berhubungan dengan lingkungan *sedapat* masyarakat dan dunia, serta mencari informasi dari berbagai masalah dan hal – hal yang bersangkutan dengan penentuan pilihan kemudian untuk memenuhi rasa ingin tahu dan minat umum belajar pendidikan diri sendiri serta memperoleh rasa damai

melaui penambahan pengetahuan (McQuail, 1991:72).

Perkembangan media online berbasis internet di Indonesia berbanding lurus dengan pertumbuhan penggunaannya. Dengan adanya internet telah banyak membawa perubahan terhadap cara individu berkomunikasi akibatnya kini maraknya media social khususnya Tiktok yang cukup memeberikan dampak yang signifikan terhadap cara penyebaran informasi berita pada media online. Media sosial di Indonesia sendiri cukup banyak dengan berbagai platform bukan hanya tiktok akan tetapi ada juga seperti facebook, twitter, instagram, line, dan youtube.

Kemajuan ini juga melahirkan sebuah era baru dalam bidang jurnalisme, yakni dimana dengan adanya perubahan perkembangan media yang awalnya tradisional atau konvensional menjadi sebuah media baru yang menggunakan internet. Munculnya internet menciptakan istilah baru untuk media masa kini sebelum munculnya internet seperti media cetak, radio, dan televisi sebagai media tradisional dan selanjutnya yaitu media online berbasis internet menjadi media baru bagi jurnalis dalam menyebarkan informasi (Hasfi, 2010:5).

Di Indonesia sendiri internet perkembangannya sangat pesat tidak dapat dipungkiri bahwasanya pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 penggunaannya semakin banyak merujuk pada survey yang dilakukan oleh APJI (Asosiasi penyelenggara Jasa Internet) menemukan hasil yang cukup signifikan dibandingkan dengan tahun tahun sebelumnya. Pada 2021 ini APJI menyatakan bahwa penggunaan internet ini berjumlah 73,3 persen naik 64,8 persen dari tahun 2018 lalu. Maka tidak heran berbagai cara penyebarluasan berita kini berbagai macam tidak hanya menggunakan media cetak, media elektronik maupun portal berita atau website.

Dengan terjadinya sebuah perubahan yang signifikan, media mau tidak mau melakukan sebuah perubahan demi terjaganya sebuah kelangsungan dan tetap mengikuti trend yang berkembang di dalam budaya masyarakat modern berbasis internet, khususnya dalam hal menyajikan berbagai informasi kepada khalayak luas (Ludwianto, 2020).

Eksistensi media konvensional mulai tergeser dengan media online berbasis internet ini, masyarakat lebih merasa dapat dimudahkan dalam mengakses media online ditunjang dengan menggunakan smartphone yang dimilikinya. Maka tidak heran media online ini bisa menggeser media konvensional karena media online ini ditunjang dengan kemajuan teknologi yang dapat mempermudah semua orang untuk mengakses media online ataupun media social yang tidak mengenal jarak dan waktu.

Pada saat ini setiap individu tidak usah susah payah lagi untuk mendapatkan informasi berita. Dengan lewat media social khususnya Tiktok yang kini menjadi platform media social yang banyak digunakan oleh khalayak

luas berita pun dapat dengan mudah didapatkan dengan membuka aplikasi tiktok dan memfollow akun media berita apa yang *dapat* cari.

Eksistensi media konvensional mulai tergeser dengan media online berbasis internet ini, masyarakat lebih merasa dapat dimudahkan dalam mengakses media online ditunjang dengan menggunakan smartphone yang dimilikinya. Maka tidak heran media online ini bisa menggeser media konvensional karena media online ini ditunjang dengan kemajuan teknologi yang dapat mempermudah semua orang untuk mengakses media online ataupun media social yang tidak mengenal jarak dan waktu.

Pada saat ini setiap individu tidak usah susah payah lagi untuk mendapatkan informasi berita. Dengan lewat media social khususnya Tiktok yang kini menjadi platform media social yang banyak digunakan oleh khalayak luas berita pun dapat dengan mudah didapatkan dengan membuka aplikasi tiktok dan memfollow akun media berita apa yang *dapat* cari.

Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Untuk Berita Online” (Studi Kasus Akun Tiktok @Suaradotcom). Terjadi perubahan pada media online di dalam penyebaran informasi beritanya tidak hanya melalui portal berita atau web dan media social yang telah dahulu sering dipakai seperti Instagram, Facebook, Youtube dan lain – lainnya dan sekarang mulai merambah ke media social Tiktok yang awal munculnya bukan merupakan media bagi portal berita atau hasil dari produk jurnalistik.

Selain itu alasan yang melatar belakangi penelitian memilih @Suaradotcom ini sebagai objek penelitian karena @Suaradotcom ini salah satu media online yang memiliki akun Tiktok dengan jumlah followers nya 1,4 Juta dan sudah menjadi akun terverifikasi. Dengan sering mengupload banyak berbagai konten dalam seharinya dan selalu masuk pada sistem *for you page* (FYP). Fitur *for you page* ini adalah halaman berisikan konten video berdasarkan riwayat tontonan yang telah dilihat atau yang disukai pengguna yang disajikan video yang dikuratori oleh algoritma Tiktok sesuai minat (Iftitah, 2022).

Adapun fokus penelitian ini yaitu bagaimana penggunaan media sosial Tiktok sebagai media pendukung penyebaran berita @suaradotcom; bagaimana strategi yang digunakan @Suaradotcom untuk menjadikan Tiktok sebagai media pendukung penyebaran berita; dan bagaimana pemilihan isu yang dipublish pada akun Tiktok @Suaradotcom ?

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode studi kasus dengan tujuan menekankan pada eksplorasi dari suatu sistem terbatas pada satu kasus dalam memanfaatkan media Tiktok oleh Suara.com. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme.

LANDASAN TEORITIS

Dalam kamus besar bahasa Indonesia KBBI media massa merupakan sarana saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk penyebarluaskan informasi atau berita dan pesan kepada khalayak ramai. Media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk penyebarluaskan berita, opini, komentar, hiburan dan lain sebagainya (Bungin, 2006:71).

Media massa adalah istilah yang digunakan oleh khalayak umum dalam merepresentasikan tempat dipublikasinya suatu berita informasi dan merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak ramai baik itu dari hasil kerja jurnalis atau wartawan yang mempublikasikannya melalui media massa.

Menurut Cangara media adalah alat atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat – alat komunikasi seperti susrat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2010:74).

Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2017 : 11) Media sosial adalah platform media yang berfokus pada eksistensi para pengguna yang dapat memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena media sosial ini dapat dilihat sebagai medium online yang menguatkan hubungan antara penggunanya sekaligus sebagai ikatan sosial. Sedangkan menurut Nasrullah (2017 : 11) media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi komunikasi dengan pengguna yang lainnya dan bentuk hubungan sosial secara virtual.

Media sosial merupakan media perkembangan dari media massa yang menggunakan teknologi internet. Maka dari itu masyarakat dapat dengan mudah untuk mengakses informasi melalui media sosial, media sosial ini juga sangat memberikan manfaat dan kemudahan bagi khalayak pada saat sekarang ini. Media sosial telah menjadi saluran baru bagi khalayak maupun perusahaan media dalam menyampaikan sebuah informasi berita dan mengakses informasi berita dengan mudah, dengan adanya media sosial ini komunikasi yang terjalin antara sumber dan penerima informasi terjalin dua arah dan dapat bertukar posisi antara komunikator dan komunikannya.

Manfaat Media Sosial Jurnalisme. Media sosial dan jurnalisme berjalan seiringan karena pada kebenarannya media sosial ini mengubah bidang jurnalistik. Pada hakikatnya bahwa dengan adanya media sosial saluran untuk penyebaran informasi berita bertambah dan selain itu juga pada jurnalis mendapatkan mafaat media sosial untuk menambah banyak informasi yang didapatkan dari berbagai daerah local, nasional, maupun internasional. Media sosial ini merupakan media yang paling efektif dan cepat untuk mendapatkan data dengan adanya media sosial ini juga jurnalis mendapatkan sumber berita yang dianggap kompeten tanpa harus langsung kelapangan untuk mencari berita. Dengan melalui media sosial wartawan mendapatkan manfaat dari media sosial untuk mendapatkan ide berita dengan melihat media sosial dapat mengetahui fenomena apa aja yang sedang menjadi perbincangan khalayak dan dibutuhkan masyarakat.

Perkembangan teknologi dan informasi pada saat ini yang semakin pesat turut mempengaruhi perkembangan bidang jurnalistik. Pada saat ini media massa tidak hanya bergantung pada satu akan tetapi multi platform dan salah satu platform yang sedang populer pada saat ini adalah aplikasi media sosial TikTok. Pada saat ini aplikasi TikTok menjadi aplikasi yang sedang populer tidak hanya di Indonesia akan tetapi juga di luar negeri, TikTok ini juga menjadi tempat untuk berekspresi dan menuangkan kreatifitas sesuai dengan keinginan masing – masing penggunaannya. Kontenya pun pada saat ini sangat beragam mulai dari dance, tutorial, olahraga, challenge, berita dsb.

Untuk konten berita ini mulai banyak media massa yang memanfaatkan tiktok sebagai tempat penyebaran informasi berita. Salah satunya media Suara.com yang melakukan jurnalisme onlinenya menggunakan aplikasi TikTok dengan akun @Suaradotcom. Suara.com juga memang sering aktif penyebaran beritanya melalui media sosial mulai dari media sosial instagram, youtube, dan yang terbaru tiktok.

Media lain yang menggunakan aplikasi tiktok sebagai tempat penyebaran berita adalah Urbanesia dimana Urbanesia ini tidak hanya membagikan link saja akan tetapi membuat konten secara serius agar pengguna tiktok mendapatkan berita yang informative dan menghibur. Salah satu contohnya berita mengenai bioskop di Jakarta yang telah dibuka pada saat setelah pandemic dengan menampilkan 2 orang yang sedang berbincang dengan topic informasi bioskop yang telah dibuka dimana saja dan diakhiri dengan menaati protocol kesehatan.

Penelitian ini menggunakan teori *Social Construction of Technology*. Berdasarkan jurnal Adi Wibowo Octavianto mengenai Strukturasi Giddens Dan *Social Construction Of Technology* (Scot) Sebagai Pisau Analisis Alternatif Penelitian Sosial Atas Teknologi Media Baru, ada kesesuaian antara Teori Social Construction of Technology dengan penelitian ini. Teori yang dikemukakan Pinch dan Bijker ini berasumsi bahwa teknologi tidak mendeterminasi (menentukan) tindakan

manusia, tetapi justru sebaliknya, yaitu teknologi terbentuk untuk menyesuaikan kebutuhan manusia.

Peneliti menggunakan teori ini karena selaras dengan pembahasan mengenai pemanfaatan Tiktok sebagai media penyebaran berita. Teori SCoT ini relevan dengan penelitian ini karena berkaitan dengan perubahan komunikasi dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan bagaimana peran sosial dalam memanfaatkan teknologi tersebut sehingga informasi yang seharusnya dipublikasikan melalui media online kini beralih melalui media sosial Tiktok. Peneliti akan membahas mengenai mengapa media online beralih wadah menggunakan media sosial Tiktok, bukan bagaimana perilaku manusia karena adanya Tiktok sebagai media penyebaran berita. Hal tersebut terjadi karena adanya inovasi teknologi yang semakin maju dan tekanan persaingan di era digital zaman ini.

Pada penelitian ini pengguna media sosial diposisikan sebagai agen-agen berpengetahuan yang berkehendak bebas, namun pola penggunaan media sosial yang berulang-ulang diasumsikan akan membentuk struktur yang 15 melibatkan nilai-nilai yang berkenaan dengan budaya komunikasi. Sebaliknya praktik-praktik penggunaan media sosial untuk kepentingan komunikasi dan interaksi dibatasi pula oleh nilai, norma, dan sumber daya yang mengatur pola komunikasi antar individu yang telah menjadi struktur. Budaya komunikasi disini menjadi struktur yang memberikan peluang sekaligus membatasi tindak komunikasi yang melibatkan penggunaan media sosial.

Asumsi dasar Teori *Social Construction of Technology* (SCoT) menjelaskan bahwa teknologi tidak mendeterminasi atau tidak menentukan setiap perilaku manusia, justru sebaliknya teknologi terbentuk untuk menyesuaikan kebutuhan manusia. Dalam hal ini saya memosisikan media sosial Tiktok sebagai sebuah teknologi. Di mana Tiktok tidak memaksa para pengguna internet untuk menggunakan Tiktok sebagai sarana komunikasi baru dalam hal ini cara memperoleh dan menyebarkan berita. Justru Tiktok terbentuk untuk menyesuaikan dan memudahkan kebutuhan manusia dalam hal berkomunikasi, memperoleh dan menyebarkan berita.

HASIL DAN PEMBAHASAN.

Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pendukung Penyebaran Berita @suaradotcom

Perkembangan zaman sekarang ini seiring dengan perkembangan teknologi yang membuat adanya keberadaan internet, keberadaan internet ini telah membuat banyak pengaruh terhadap cara berkomunikasi. Dengan adanya media sosial telah banyak mempengaruhi sebagian banyak kehidupan pada masyarakat. Dalam kehidupan di zaman sekarang ini sedikit banyak akan terpengaruhi oleh

media sosial. Dalam contohnya dalam mencari sebuah informasi dan berita dan pada saat ini setiap orang dengan mudah mendapatkan informasi dan berita dengan menggunakan media sosial Tiktok.

Dengan adanya media sosial ini mengubah masyarakat saat ini dalam setiap segi kehidupan sedikit banyak akan terpengaruhi oleh adanya media sosial. Tidak terkecuali dalam hal pekerjaan di industri modern seperti wartawan dimana wartawan pada saat ini dituntut harus mengikuti zaman karena dengan adanya internet dan media sosial ini penyebaran informasi lebih cepat kepada para penggunanya. Dan segala informasi mengenai peristiwa baik daerah, nasional, dan internasional pun bisa dapat baca atau lihat dengan adanya media sosial ini membuat masyarakat lebih peduli terhadap informasi berita yang terjadi dan juga media sosial ini menjadi media yang dapat menyebarkan langsung suatu informasi atau berita kepada para penggunanya.

Media online adalah media yang paling sering memanfaatkan media sosial salah satunya media sosial Tiktok sebagai media penyebaran beritanya masuk kedalam media online @suaradotcom. Padahal pada awal munculnya TikTok, Tiktok ini memiliki misi untuk merekam dan menyajikan kreativitas serta momen berharga dari seluruh dunia dengan menggunakan ponsel. Namun dengan seiring perkembangan zaman kini tiktok dapat juga digunakan sebagai media dalam memperoleh dan menyebarkan informasi berita.

Media sosial ialah ketika *dapat* atau siapa saja, kapan saja, dimana saja dan dalam situasi apa saja, bias menerima, mengolah, mendistribusikan, dan memublikasikan (*posting and sharing*) pesan (*content*) melalui berbagai saluran non juranlistik dalam perangkat media berbasis internet seperti telepon pintar (*Smartphone*), laptop atau PC (*personal computer*). (Sumadiria, 2020 : 136).

Media sosial mudah digunakan untuk memposting konten, mempermudah dan mewadahi berbagi berita baik untuk organisasi media maupun individu dengan menggunakan tombol – tombol berbagi yang ada di situs berita atau dengan tautan (*reposting* maupun *retweeting*) ke berita yang ada di laman facebook ataupun twitter (Kumpel, Karnowski, & Keyling, 2015). Dengan perkembangan zaman media sosial ini menjadi aspek terpenting karena para penggunanya dapat kecanduan.

Hal ini yang dapat dijadikan @suaradotcom memanfaatkan media sosial tiktok sebagai media penyebaran informasi dan beritanya. Dari hasil penelitian melalui wawancara secara daring dengan beberapa informan yang dirasa peneliti mempunyai kapasitas untuk menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan focus penelitian, dan didapatkan beberapa jawaban yang bervariasi. Namun dapat ditarik kesimpulan alasan @suaradotcom menjadikan media sosial tiktok sebagai media pendukung penyebaran beritanya adalah untuk menarik atau target pasar dari suaradotcom ini untuk para kaum milenial.

Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2017 : 11) media sosial adalah platform media yang berfokus pada eksistensi para pengguna yang dapat memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena media sosial ini dapat dilihat sebagai medium online yang menguatkan hubungan antara penggunanya sekaligus sebagai ikatan sosial.

Menurut Assegaf (1985) berita dalam arti jurnalistik adalah laporan tentang ide atau fakta yang termassa yang dipilih oleh redaksi satu harian untuk memuatnya yang dapat menarik perhatian para pembaca entah hal itu karena menyentuh segi – segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan (Darsono, 2012).

Hal ini selaras dengan yang dijelaskan oleh pernyataan coordinator @suaradotcom, Ade Oxta yang diwawancari secara online bahwa ia menjelaskan Tiktok ini merupakan salah satu media yang merangkul seluruh usia tanpa batas akan tetapi pada khususnya ini tiktok menjadi media sosial dengan pengguna usia muda atau milenial dimana target utama dari Suaradotcom adalah kaum milenial.

Dari pernyataan diatas Oleh Oxta ini bahwa suaradotcom ini merangkul dan menambah minat baca bagi kaum milenial dengan cara memanfaatkan Tiktok sesbagai wadah saluran untuk berbagi informasi dan beritanya. Aplikasi tiktok ini dirasa sangat cukup bisa merangkul kaum milenial karena pada saat ini tiktok menjadi aplikasi yang sering digunakan.

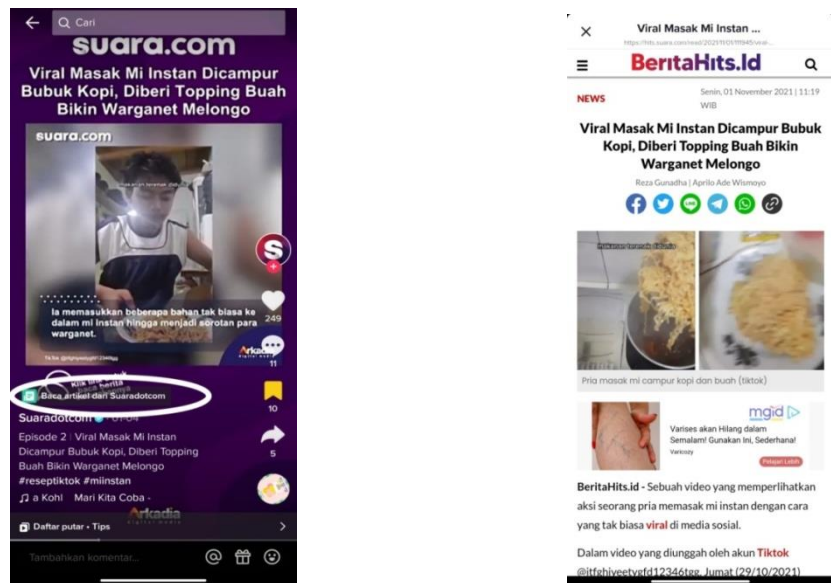
Aplikasi Tiktok menurut databoks.katadata Indonesia menjadi negara kedua terbesar menjadi pasar tiktok di dunia pada tahun 2020. Indonesia sendiri ada 22,2 juta pengguna aktif dari aplikasi tiktok ini sedangkan yang menduduki peringkat pertama dengan pengguna aktif sebesar 65,9 juta pada tahun 2020 dan di ikuti oleh Rusia dengan 16,4 juta pengguna aktif.

Media massa pada sekarang ini harus terus beradaptasi dan berinovasi dengan kemajuan teknologi informasi agar tetap eksis dan diminati oleh masyarakat luas, dengan tidak melakukannya adaptasi dengan teknologi ada sebagian media yang gulung tikar dikarenakan tidak mengikuti perkembangan zaman apalagi dengan kemunculannya media baru yang berkaitan dengan internet atau media sosial masyarakat pada zaman sekarang lebih suka mencari sebuah informasi melalui media baru yang menggunakan internet dibandingkan dengan media massa seperti media televisi, radio, dan cetak.

Penjelasan diatas ini selaras dengan pernyataan dari editor @suaradotcom Galih. bahwa *Dapat* ini harus mengikuti trend yang ada karena dengan ini dapat melakukan penyebaran informasi berita juga lebih cepat dengan aplikasi tiktok ini dapat menjangkau kaum milenial karena penyebaran informasinya berbentuk video.

Adapun kekurangan dan kelebihan aplikasi tiktok ini menurut Ade Oxta, Keunggulan dari aplikasi Tiktok ini informasi yang *dapat* sebar dapat cepat meyebar secara luas dan juga pada aplikasi tiktok ini terdapat fitur *Anchor Link*

yang dimana pengguna Tiktok dapat mendirect visit ke halaman web untuk membaca berita terkait video tersebut



Gambar 3.1 Direict Visit

Sumber : *Tiktok Suaradotcom*

Pada gambar di atas untuk anchor link itu yang diberi tanda bulat dan apabila mengklik tautan tersebut akan langsung mengarahkan untuk *visit* pada website Suara.com. hal ini diperkua oleh karrakteristik media online pada karakteritik ini terdapat adanya Hyperlink ini untuk menyajikan suatu infor,asi langsung terhubung pada sumbernya. Akan tetapi pada akun Tiktok @suaradotcom ini tidak semua terdapat anchor link karena video yang ada achor link itu biasanya isu yang diambil dari website Suara.com.

Serta kekurangan dari aplikasi tiktok ini tiktok ini cuma sedikit dikarenakan aplikasi Tiktok @Suaradotcom ini sudah verified tentu pada library yang berbeda dengan pengguna user Tiktok biasa jadi kadang kalau tim sosmed Suaradotcom mau memasukkan backsound yang sedang viral itu ga ada di library *dapat*.

Berdasarkan pernyataan di atas ini diperkuat dengan pengertian media sosial menurut shirky (2012) media sosial adalah sebuah perangkat lunak social merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to co-operate) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional serta organisasi (Nasrullah,2015).

Dapat diartikan bahwa @suaradotcom ini memilih aplikasi Tiktok sebagai media pendukung penyebaran berita untuk merangkul dan menambah minat baca kepada kaum milenial serta agar masyarakat lebih peduli terhadap suatu informasi yang dipublikasikan dan juga bahwa @suaradotcom memanfaatkan aplikasi tiktok ini untuk mengikuti ternd atau perkembangan zaman dalam penyebarab berita dan informasinya.

Dikaitkan dengan teori peneliti yaitu Social Construction of Technology (SCoT) yang berasumsi bahwa teknologi tidak mendeterminasi (menentukan) tindakan manusia, tetapi justru sebaliknya,yaitu teknologi terbentuk untuk menyesuaikan kebutuhan manusia. Artinya teknologi di sini maksudnya media sosial Tiktok tidak menentukan atau mengharuskan penggunaanya untuk mengakses berita melalui Tiktok, tetapi hadirnya media sosial Tiktok memudahkan *dapat* sebagai khalayak untuk mengakses dan memperoleh berita.

Teori ini selaras dengan pembahasan mengenai pemanfaatan Tiktok sebagai media penyebaran berita. Teori SCoT ini relevan dengan penelitian ini karena berkaitan dengan perubahan komunikasi dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan bagaimana peran sosial dalam memanfaatkan teknologi tersebut sehingga informasi yang seharusnya dipublikasikan melalui media online kini juga dipublikasikan melalui media sosial Tiktok. Peneliti akan membahas mengenai alasan mengapa media online beralih wadah menggunakan media sosial Tiktok, bukan bagaimana perilaku manusia karena adanya Tiktok sebagai media penyebaran berita. Hal tersebut terjadi karena adanya inovasi teknologi yang semakin maju dan tekanan persaingan di era digital zaman ini.

Strategi yang digunakan @Suaradotcom untuk menjadikan Tiktok Sebagai Media Pendukung Penyebaran Berita

Dalam penyebaran berita dapat dilakukan agar berita yang akan dipublish dapat dilihat oleh banyak orang dimana media ini mengharuskan memiliki strategi dalam penyebarannya adapun yang dilakukan oleh @suaradotcom ini juga memiliki startegi untuk menjadikan tiktok ini sebagai media pendukung penyebaran beritanya. Dimana setiap startegi ini berbeda dengan media yang lain @suaradotcom ini memiliki startegi ada beberapa strategi diantaranya pernyataan menurut Ade selaku koordinator media sosial @suaradotcom. Starteginya dengan memposting sebuah video informasi yang lebih gampang atau cepat dipahami oleh pengguna tiktok dengan bahasa yang mudah dimengerti kemungkinan besar ini akan dapat diterima oleh banyak kalangan. strategi ini sangat memungkinkan menjadikan video yang diposting oleh suaradotcom dapat masuk pada algoritma tiktok karena algoritma tiktok ini dapat dipelajari dengan salah satunya dengan membuat video yang menarik dan berkualitas menurut (Diptya, 2022)

Algoritma Tiktok akan menyarankan suatu konten baru berdasar pola

konsumsi audiens terhadap suatu konten tertentu. Parameter yang diambil yaitu dari durasi menyaksikan sebuah video pendek sepanjang 1 menit. Apabila pengguna menonton mencapai 60 persen dari total durasi video, maka di video berikutnya akan ditampilkan yang serupa dengan konten sebelumnya. Hal ini mendorong algoritma untuk menyodorkan konten sejenis secara terus menerus. Selain itu, sajian video juga didasarkan pada interaksi audiens. Misalnya klik pada tombol suka (like), menuliskan komentar, membagikan konten, atau pun menyimpan video dalam koleksi yang dapat ditandai dengan ikon pita. Dengan seperangkat metadata tersebut, kemudian Tiktok akan menampilkan video di laman muka linimasa dalam tajuk “For Your Page” atau disingkat FYP. (Krisdamartaji, 2023). cara membuat video masuk algoritma dengan membuat video yang kreatif dan menarik serta harus mengedepankan orisinalitas konten dengan tidak menyinggung SARA.

Hal ini diperkuat dengan pengertian Media sosial ialah ketika *dapat* atau siapa saja, kapan saja, dimana saja dan dalam situasi apa saja, bias menerima, mengolah, mendistribusikan, dan memublikasikan (posting and sharing) pesan (content) melalui berbagai saluran non jurnalistik dalam perangkat media berbasis internet seperti telepon pintar (Smartphone), laptop atau PC (personal computer). (Sumadiria, 2020 : 136).

Penjelasan diatas ini juga dapat diartikan bahwa media sosial itu siapa saja, kapan saja, dimana saja dan dalam situasi apa saja bisa menerima dan mengolah , mendistribusikan dan mempublikasi pesan melalui berbagai saluran non jurnalistik media berbasis internet. Ini sama halnya dengan yang disampaikan Ade Oxta dimana suaradotcom ini melakukan mengolah, mendistribusikan dan mempublikasi suatu berita informasi berbentuk video yang lebih gampang atau cepat dipahami oleh pengguna tiktok dengan bahasa yang mudah dimengerti melalui saluran media non jurnalistik media berbasis internet.

Selain itu juga strategi yang digunakan oleh @suaradotcom ini menurut Ade dengan melakukan memposting 10 konten dalam sehari dengan menggunakan fitur yang tersedia di aplikasi tiktok yaitu fitur hastag dan juga background suara dengan mengupload konten pada jam – jam prime time. Hal ini sama dengan yang dilansir oleh (Laily, 2022) bahwa sebelum memposting video pada aplikasi tiktok ini harus mengetahui agar dapat masuk dengan algoritma tiktok for you page (FYP)diantaranya sebagai berikut :

Menggunakan Fitur Tren Hastag. Dalam menggunakan hastag ini adalah salah satu cara untuk menjadikan video yang diposting agar masuk algoritma karena dengan menggunakan hastag memungkinkan video yang diposting menjangkau banyak pengguna.

Memperhatikan waktu untuk memposting. Dengan *dapat* memposting

jam prime time ini memungkinkan video yang diposting dapat dilihat oleh banyak orang dalam jam prime time ini setiap pengguna berbeda – beda jam primenya. Cara FYP di Tiktok pertama adalah coba cari tahu jam berapa biasanya banyak orang mengakses Tiktok. Dilansir dari Influencer Marketing Hub, jadwal upload Tiktok agar FYP adalah pada jam siang hari dan sore hari.

Untuk lebih jelasnya terkait kapan waktu terbaik upload video Tiktok yaitu sebagai berikut: Senin: 14.00 WIB, 18.00 WIB, 21.00 WIB; Selasa: 10.00 WIB, 16.00 WIB, 21.00 WIB; Rabu: 11.00 WIB, 19.00 WIB, 20.00 WIB; Kamis: 06.00 WIB, 21.00 WIB, 23.00 WIB; Jum'at: 16.00 WIB, 24.00 WIB, 02.00 WIB; Sabtu: 06.00 WIB, 07.00 WIB, 22.00 WIB; Minggu: 03.00 WIB, 18.00 WIB, 19.00 WIB (Putri,2023).

Memakai lagu yang sedang viral di Tiktok. Algoritma TikTok menyukai video yang menggunakan sound yang sedang trending. Sehingga kamu juga perlu mempertimbangkan untuk menggunakannya agar kontenmu FYP. Untuk menemukan sound yang sedang viral atau trending, kamu bisa scroll FYP-mu. Jika kamu sering menemukan sound yang digunakan orang lain, tap music yang berada di bawah caption untuk melihat berapa banyak user yang menggunakan sound tersebut. Selain itu, dapat juga bisa cek “TikTok Viral” dari video editor (Fakhriza, 2022).

Salah satu dari agar video masuk algoritma *for you page* dengan menggunakan lagu yang sedang viral karena penggunaan musik tersebut akan membuat algoritma berkerja dengan menawarkan video yang diposting masuk *for you page* akun lainnya.

Apabila dikaitkan dengan pendapat diatas bahwa @suaradotcom ini sudah melakukan strategi yang cukup benar karena pada dasarnya algoritma tiktok ini tidak ada yang mengetahui akan tetapi masih bisa dipelajari dan juga untuk masuk algoritma tiktok ini harus memaksimalkan fitur – fitur yang telah disediakan oleh tiktok dan juga konsisten dalam membuat video berita informasi yang menarik.

Pemilihan Isu yang Dipublish pada Akun Tiktok @Suaradotcom

Akun @suaradotcom ini tidak serta merta mempublikasikan video bertbentuk informasi berita akan tetapi ada yang harus dilewati salah satunya dalam pemilihan isu yang akan diangkat dimana suaradotcom ini biasanya mempublikasikan berita informasinya biasanya isu yang sedang hangat diperbincangkan. Hal ini sama dengan pernyataan dari koordianator media sosial @suaradotcom Ade Oxta bahwa ia menjelaskan, Untuk isu yang diangkat oleh suaradotcom ini biasanya isu yang sedang hangat diperbincangkan dan juga isu seperti breaking news serta isu yang sedang viral yang dimna informasinya mudah diterima oleh user, dan juga berita yang diangkat itu harus actual dan factual kebenaran informasinya juga.

Dari pernyataan diatas peneliti dapat jelaskan bahwa @suaradotcom ini

dalam penyajian berita informasi berbentuk videonya harus isu yang sedang hangat diperbincangkan dan juga isu tentang breaking news. Breaking news ini termasuk pada klasifikasi Berita yang tidak dapat terduga adalah jenis berita tentang suatu fenomena yang sulit atau tidak dapat diperkirakan contohnya berita tentang bencana alam, kerusuhan, kecelakaan, dsb. (Assegaf, 1985 dalam Barus, 2010:26). hal ini sama dengan strategi yang digunakan suaradotcom dalam penyebaran beritanya yang paling terpenting dari pemilihan isu ini mengharuskan informasi yang disampaikan itu harus sesuai fakta ayang ada dan juga untuk sumber informasinya harus jelas. Pernyataan diatas ini diperkuat dengan pengertian dari berita. Menurut William S. Maulsby dalam *Getting The News* Berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta – fakta yang memiliki arti penting dan baru terjadi yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut. (Barus, 2016:26).

Pernyataan diatas bisa dikaitkan dengan pengertian berita adalah apa aja yang perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat dengan melaporkan berita media massa member informasi kepada masyarakat mengenai apa yang dibutuhkan (Newson & Wollert 1985 dalam Darsono, 2012). karena dalam pengertian berita bahwa berita adalah suatu penuturan secara benar dalam pernyataan diatas juga bahwa isu yang dipilih oleh @suaradotcom ini harus sesuai dengan fakat yang ada dan sumber informasinya jelas. Pernyataan ini selaras denga pernyataan dari Dimas menyatakan bahwa. Isu yang diangkat oleh suaradotcom itu sendiri adalah isu yang sedang ramai diperbincangkan dan mengharuskan isu tersebut berdampak postif kepada masyarakat serta yang paling terpenting isu yang akan dipublish harus lebih ringan dalam penulisan beritanya dan tidak memberikan informasi palsu atau Hoax.

Berdasarkan semua berita yang dipublish tidak hanya memiliki faktor penting akan tetapi mungkin memiliki faktor menarik dan mendapatkan perhatian khalyak ramai. Berita yang menarik ini bukan hanya sekedar berita yang unik maupun viral akan tetapi bisa menyentuh perasaan dan mengundang daya penasaran khalayak. Hal ini sama dengan nilai berita yang salah satunya adalah *Human interest* suatu kejadian yang menyentuh perasaan manusia. Contohnya : penganiayaan, perbudakan, peperangan dan kejadian apa saja yang menimbulkan efek emosi dan menimbulkan emosi.(Mencher, 1997 dalam Baksin, 2009: 50-51).

Dalam hal ini peneliti mengambil salah satu contoh berita yang diposting oleh @suaradotcom di akun Tiktoknya untuk dianalisis kelayakan berita aktual, factual, penting, dan menarik (Romli 2005:35) berita yang sesuai standar kelayakan di @suaradotcom adalah berita ini diberi caption Gilang Juragan 99 mundur dari presiden Arema FC. Yang di posting pada tanggal 29 Oktober 2022. Untuk analisa dari berita postingan berita pada akun Tiktok @Suaradotcom sebagai berikut :

Faktor aktual dan faktual sangat dibutuhkan saat membuat sebuah berita factor ini hal yang paling utama, aktual itu artinya peristiwa tersebut baru saja terjadi, sedangkan untuk faktual berarti berita ini berdasarkan fakta yang dapat dipertanggung jawabkan dimana kedua factor ini lah yang harus ada dalam pemilihan isu untuk di akun Tiktok @Suaradotcom. Selaras dengan pengertian berita menurut Assegaf (1985) Berita dalam arti jurnalistik adalah laporan tentang ide atau fakta yang termassa yang dipilih oleh redaksi suatu harian untuk memuatnya yang dapat menarik perhatian para pembaca entah hal itu karena menyentuh segi – segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan (Barus 2010, :26)

Serta dalam memilih isu yang diangkat oleh suaradotcom itu harus memiliki dampak terhadap masyarakat, yang dimaksud berita yang memiliki dampak ini berita yang mengandung aspek human interest atau berita yang pada saat membacanya timbul rasa empati dan simpati. Maksud dari berita harus berdampak pada masyarakat ini memiliki tugas sebagai sarana untuk berkomunikasi masyarakat dengan pemerintah dan juga sebagai control sosial.

Maka pertimbangan dari pemilihan isu di @suaradotcom ini tidak lah mudah untuk menyebarkan berita yang tidak memiliki dampak adalah hal yang sia – sia. Maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa untuk pemilihan isu yang dijadikan berita dan disebar luaskan harus lah memiliki kelayakan berita seperti beritanya aktual, faktual, dan juga memberikan dampak positif terhadap masyarakat sebagai kontrol sosial.

PENUTUP

Pertimbangan @suaradotcom memanfaatkan tiktok sebagai media pendukung penyebaran beritanya karena pada media sosial ini merangkul keseluruhan usia tanpa batas akan tetapi @suaradotcom ini mengacu pada minat baca berita pada kaum milenial karena sebagian besar kaum milenial ini menggunakan media sosial terutama pada aplikasi tiktok ini dan juga sebagai sarana branding untuk meningkatkan minat baca berita melalui media online. Dan juga memanfaatkan media sosial ini untuk mengikuti trend yang ada karena dapat melakukan penyebaran informasi beritanya dengan media sosial tiktok berbentuk video yang pada saat ini lebih disukai oleh sebagian kaum milenial. Dengan adanya perubahan dari masyarakat dalam mendapatkan berita dengan menggunakan media sosial ini penyebaran berita informasi dapat dilakukan dengan cepat, serta pada aplikasi tiktok ini terdapat achor link yang dapat terhubung dengan tulisan berita yang lebih lengkap melalui website.

Untuk strategi yang digunakan oleh suaradotcom menjadikan tiktok sebagai media pendukung penyebaran beritanya adalah melakukan strategi memposting video menjadi informasi yang gampang atau cepat dimengerti dan dipahami oleh pengguna tiktok. Serta cepat dalam memposting video informasi

berita dalam memberikan informasi kalau ada breaking news langsung mempostingnya. Dan dalam memposting video ada jam – jam prime timenya untuk masuk kedalam sistem tiktok itu sendiri yang disebut *For You Page* (FYP).

Dalam pemilihan isu berita yang akan dipublikasikan oleh suaradotcom ini biasanya berisikan tentang isu yang sedang hangat diperbincangkan dan juga isu breaking news serta isu yang bernaran berisikan informasinya mudah diteriam oleh user dan juga kebenaran dari berita tersebut harus sesuai dengan fakta yang ada. Serta isu yang akan dipublikasikan harus memiliki nilai nilai berita yang berdampak positif terhadap masyarakat serta isu yang paling penting dalam penyampaian berita tidak mempublish berita palsu atau *Hoax*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alejandro, J. (2010). Journalism in the age of social media. Reuters Institute Fellowship Paper. Retrieved August 15, 2022, from University of Oxford.
- Assegaf, D. (1991). *Jurnalistik masa kini*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Bambang Winarso. (n.d.). Apa itu TikTok dan apa saja fituranya? Retrieved from <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>
- Barus, S. W. (2010). *Jurnalistik: Petunjuk teknis menulis berita*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Bungin, B. (2001). *Metode penelitian sosial*. Surabaya: Airlangga.
- Cangara, H. (2006). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Coteau, D., & Hoynes, W. (1997). *Media and society*. America: SAGE.
- Darsono, D., & Muhaemin, E. (2012). *Secangkir peristiwa di mata wartawan*. Bandung: CV Mimbar Pustaka.
- Emzir. (2011). *Metodologi penelitian pendidikan kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Galuh Nurvinda. (n.d.). Teknik pengumpulan data primer dan sekunder untuk penelitian. Retrieved October 27, 2021, from <https://dqlab.id/teknik-pengumpulan-data-primer-dan-sekunder-untuk-penelitian>
- Hall, J. (1992). *Online journalism: A critical primer*. London: Pluto Press.
- Haris, A. S. (2011). *Jurnalistik Indonesia: Menulis berita dan feature* (4th ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hasfi, N. (2010). Tantangan jurnalis di era globalisasi informasi. 1-6.

- Hikmat Kusumaningrat & Purnama Kusumaningrat. (2009). *Jurnalistik: Teori dan praktik*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Jilan Dwina, S. P. (n.d.). Fenomena jurnalisme Tik Tok di media baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2). ISSN 2798-6403.
- Kumpel, A., Karnowski, V., & Keyling, T. (2015). News sharing in social media: A review of current research on news sharing users, content, and networks. *Social Media + Society*, 1-14.
- Lu, Y., & Zhou, R. (2016). Liquid journalism and journalistic professionalism in the era of social media: A case study of an online outlet's coverage of the Oriental Star accident. *Communication and the Public*, 1(4), 471-485.
- Ludwianto, B. (2022, February 8). Riset: 64% penduduk Indonesia sudah pakai internet. Retrieved from *Kumparan*: <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudahpakai-internet-1ssUCDbKILp/full>
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa* McQuail. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan riset media siber (cybermedia)* (1st ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Sosial media: Perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2017). *Sosial media: Perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, S. (1988). *Metode penelitian naturalistik-kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nurdin Usman. (2002). *Konteks implementasi berbasis kurikulum*. Jakarta: Grasindo.
- Reyvan Maulid. (n.d.). Mengenal analisis konten dalam analisis data kualitatif. Retrieved October 27, 2021, from <https://www.dqlab.id/mengenal-analisis-konten-dalam-analisis-data-kualitatif>
- Rina Hayati. (n.d.). Pengertian pendekatan penelitian: Jenis dan contohnya. Retrieved October 26, 2021, from <https://penelitianilmiah.com/pendekatan-penelitian/>

- Romeltea. (2015). Era baru jurnalisme: Jurnalisme media sosial. Retrieved August 10, 2022, from <http://romeltea.com/era-baru-jurnalistik-jurnalisme-media-sosial/>
- Romli, A. S. M. (2012). *Jurnalistik online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Suhandang, K. (2010). *Pengantar jurnalistik*. Bandung: Nuansa.
- Sumadiria, H. (2020). *Menulis artikel dan tajuk rencana*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Salwen, M., Garrison, B., & Driscoll, D. (2006). *Online news and the public*. London: Lawrence Erlbaum.