



Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Platform Pemberitaan

Rieke Meilani Sugianto^{1*}, Encep Dulwahab

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

* riekemeilanis23@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui intensitas penggunaan *tik tok* akun @pikirkakyat sebagai media penyebaran berita, mengetahui dan menguraikan pengelolaan isu *tik tok* akun @pikirkakyat sebagai media penyebaran berita, menguraikan pengaruh akun di akun *tik tok* @pikirkakyat sebagai penyebaran berita. Metode penelitian yang digunakan ialah studi deskriptif yang menjelaskan dan mendeskripsikan fenomena yang terjadi sesuai dengan fakta dan datanya. Hasil penelitian menyimpulkan jika disimpulkan bahwa Pikiran Rakyat telah memanfaatkan akun tiktok sebagai media penyebaran berita dengan maksimal. Terlihat dengan mempublikasikan konten berita dengan isu politik, ekonomi hingga olahraga. Selain itu, mengelo dan mengemas pemberitaan tersebut sesuai dengan dasar-dasar jurnalistik. Adapun menghasilkan pengaruh dari audien Gen Z dan dampak positif yang dirasakan secara bersama-sama.

Kata Kunci : Media Sosial; New Media; Tiktok

ABSTRACT

This research aims to determine the intensity of using the TikTok account @pikirkakyat as a news dissemination medium, to understand and describe the management of issues on the TikTok account @pikirkakyat as a news dissemination platform, and to outline the influence of the account on TikTok @pikirkakyat in news dissemination. The research method used is descriptive study, which explains and describes phenomena that occur based on facts and data. The research findings conclude that Pikiran Rakyat has effectively utilized the TikTok account as a news dissemination medium. This is evident in the publication of news content covering political, economic, and sports issues. Additionally, the news is managed and packaged according to journalistic principles, resulting in influence among Gen Z audiences and collectively perceived positive impacts.

Keywords : Social Media, New Media, Tiktok

PENDAHULUAN

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

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

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

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

Media sosial secara aktif mengikuti perkembangan teknologi. Memenuhi hampir seluruh kebutuhan masyarakat dengan baik. Seperti kebutuhan untuk bersosialisasi, mendapatkan informasi, bahkan hingga mendapatkan hiburan. Banyak pengguna dari kaum remaja yang menggunakannya secara intensif. Media sosial pun dikatakan sebagai suatu kebutuhan internal dan eksternal. Tidak secara eksplisit dirasakan, pengaruhnya dapat terlihat setelah jangka waktu

yang lama, atau bahkan dalam hal – hal yang tidak terasa secara langsung. Fungsinya digunakan sebagai perantara yang menjembatani banyak orang, yang awalnya sulit terjangkau namun dengan menggunakan media sosial akan lebih mudah terjaring satu sama lain.

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

Maka dari itu, kini media massa turut meramaikan aktifnya media sosial. Media konvensional memanfaatkan dengan baik penggunaan media sosial yang saat ini tengah digandrungi. Pemanfaatan tersebut digunakan sebagai penyebaran berita sekaligus informasi. Media massa dan media sosial kini mampu berdampingan dengan memberikan pengaruh positif bagi penggunanya. Fungsi komunikasi massa pun menjadi peran yang baik untuk masyarakat itu sendiri. Pada dasarnya, pengguna *tik tok* mampu secara kreatif mengedit video sesuai dengan konten yang akan dipublikasikan nantinya. Video yang diunggah biasanya berdurasi kurang lebih 30 detik, dengan adanya *special effect* yang unik dan beragam, sehingga pengguna dapat memanfaatkannya dalam mendorong kreativitas masing – masing.

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

Meski terlihat sebagai aplikasi yang berfungsi untuk menghibur, namun ternyata hal tersebut menjadi peluang masuknya media massa dalam penyebaran berita, salah satunya dilakukan oleh media Pikiran Rakyat dengan akun *@pikiranrakyat*. Peristiwa – peristiwa penting yang perlu sampai ke publik

melalui *tik tok* merupakan salah satu cara cerdas jika ditelaah kembali. Pasalnya, mayoritas kaum remaja yang menggunakan *tik tok* masih banyak yang acuh terhadap pemberitaan. Setidaknya selain sebagai media hiburan, *tik tok* dapat digunakan untuk hal positif lainnya yang dimanfaatkan Pikiran Rakyat.

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

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

Hasil penelitian terdahulu yang digunakan sebagai rujukan penulis untuk dapat dijadikan data dasar dan memperkaya wawasan, baik melalui teori, konsep dan metode yang tertulis. *Pertama*, Ali Akbar “Efektifitas Youtube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)”. Perbedaannya terletak pada *platform* penelitian. *Kedua*, Riska Marini “Pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah”. Perbedaannya terletak pada objek penelitian yang berasal dari industri pendidikan. *Ketiga*, Bella Nadyantana Mulia, “Efektivitas Media Sosial Instagram @fuadbakh sebagai Media Dakwah (ditinjau dari teori jarum hipodermik)”. Penelitian tersebut memiliki tujuan efektivitas sebagai media dakwah, sehingga berbeda dengan peneliti yang merujuk pada pemanfaatan media sosial.

Lokasi penelitian dilakukan di Pikiran Rakyat karena jumlah pengikut yang lebih besar dibanding media besar Jawa Barat lain. Salah satunya seperti Tribun Jabar dengan jumlah *followers* sebesar 1,4 juta, dibanding Pikiran Rakyat

yang berjumlah 2,8 juta *followers*. Sehingga dapat diasumsikan jika Pikiran Rakyat memiliki kredibilitas hingga kualitas yang dipercaya oleh masyarakat Jawa Barat. Pun, sesuai latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, setidaknya Pikiran Rakyat mampu memperlihatkan fenomena yang diangkat sebagai cerminan bagi media massa lain.

Dari latar belakang yang terurai, dirumuskan beberapa masalah, diantaranya: (1) Bagaimana intensitas penggunaan akun *tik tok @pikiranrakyat* sebagai media penyebaran berita? (2) Bagaimana pengelolaan isu akun *tik tok @pikiranrakyat* sebagai media penyebaran berita? (3) Bagaimana pengaruh akun *tik tok @pikiranrakyat* sebagai penyebaran berita?

Metode penelitian yang digunakan ialah studi deskriptif, dengan menganalisis hasil pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, dan wawancara dengan jajaran redaksi Pikiran Rakyat.

LANDASAN TEORITIS

Teori yang dijadikan landasan dalam penelitian ini adalah teori *new media* atau media baru. Pierre Levy merupakan salah seorang tokoh yang mengembangkan teori new media. Teori ini menjelaskan terkait perkembangan media. Creeber dan Martin (2009) mendefinisikan Media online termasuk *new media* yang berbasis teknologi komunikasi dimana segala kebutuhan komunikasi dilakukan melalui digital. Senada dengan Creeber dan Martin, Mondry (2008: 13) juga mendefinisikan New media adalah alat komunikasi yang memanfaatkan internet dan berbasis teknologi, media ini memiliki karakter yang berbeda dari media lain yakni bersifat privat ataupun public. fleksibel, penggunaanya berpotensi interaktif dimana fungsinya dapat diatur secara pribadi ataupun dipublikasikan.

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

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

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

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

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Pikiran Rakyat Jawa Barat, salah satu media massa yang terletak di Jl. Asia Afrika No.77 Bandung, Jawa Barat, 4011.

Kedaaan lingkungan Pikiran Rakyat Jawa Barat berada di kota Bandung yang lokasinya cukup strategis berada di tengah kota, sehingga banyak lalu langang kendaraan pribadi yang memadati area tersebut. Pun, lokasinya dekat dengan beberapa tempat wisata yang sering dikunjungi oleh warga lokal ataupun turis.

Data hasil wawancara akan dijabarkan ke dalam tiga bagian, yaitu Intensitas penggunaan akun tiktok Pikiran Rakyat sebagai media penyebaran berita, pengelolaan isu tiktok Pikiran Rakyat sebagai media penyebaran berita, dan pengaruh akun tiktok Pikiran Rakyat sebagai penyebaran berita.

Intensitas Penggunaan Akun Tiktok Pikiran Rakyat Sebagai Media Penyebaran Berita

Aspek intensitas dalam komunikasi merupakan tingkat kedalaman pesan yang ditandai dengan adanya kejujuran, keterbukaan, dan saling percaya sehingga dapat memunculkan suatu respon perilaku. Lalu pada penelitian ini, aspek intensitas akan menjadi bukti sekaligus tolak ukur penggunaan akun tiktok Pikiran Rakyat sebagai media penyebaran berita. Maka pada bagian ini, Pikiran Rakyat memperlihatkan hal tersebut, yakni dengan menunjukkan sisi dari kegiatan

sehari-hari atau berupa rutinitasnya dalam mengolah pemberitaan melalui media sosial tiktok.

media sosial kini dapat memuat segala jenis informasi. Pun arti intensitas sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Sehingga pada bagian ini peneliti mencoba mendeskripsikan bagaimana Pikiran Rakyat memanfaatkan *platform* media sosial tiktok sebagai media penyebaran berita

Pertama, Intensitas Penggunaan Akun Tiktok Pikiran Rakyat sebagai Media Penyebaran Berita dilakukan Secara Teratur dan Rutin. Di tahun 2024, media sosial tiktok cukup intens digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini pun dimanfaatkan oleh Pikiran Rakyat untuk menyebarkan berita. Meskipun pada awalnya Pikiran Rakyat hanya aktif di sebuah portal berita, bahkan Pikiran Rakyat telah berdiri cukup lama dari generasi media massa cetak. Tetapi, tidak menutup diri sebagai media mereka terus berkembang mengikuti kemajuan masyarakat. Selain memanfaatkan tiktok dengan sembarang, Pikiran Rakyat bahkan secara intens dan rutin memproduksi konten-konten beritanya di tiktok.

Berdasarkan hasil temuannya, Pikiran Rakyat memiliki Key Performance Indicators (KPI) yang diterapkan untuk menjadi acuan setiap reporter hingga editornya. KPI ini juga biasa diterapkan Sebagian Perusahaan demi menghasilkan tujuan yang diinginkan. KPI pun membantu produksi konten berita di Pikiran Rakyat menjadi lebih teratur, sehingga secara rutin mempublikasikan pemberitaannya di tiktok. Adapun secara spesifiknya Pikiran Rakyat menghasilkan 30 video per hari, setara dengan 900 video dalam 1 bulan. Angka tersebut bukanlah sedikit, terlebih kompetensi antar media yang juga cukup ketat.

Jika dikaitkan dengan teori new media yang menekankan pada pertahanan eksistensi media, yang awalnya media konvensional menjadi media baru, sehingga Pikiran Rakyat mengikuti perkembangan teknologi digital. Upaya mereka dalam memproduksi pemberitaan di tiktok dapat dikatakan cukup serius. Pasalnya, media sosial tiktok bukan platform berita bahkan edukasi, tiktok memiliki fokus masyarakat terhadap media hiburan. Namun, Pikiran Rakyat menjadi salah satu media yang berhasil memanfaatkan platform hiburan menjadi platform edukasi dan informatif untuk masyarakat.

Pada penelitian ini pun terdapat intensitas interaksi sosial, sehingga hal tersebut sesuai dengan ungkapan Anshori (2011: 34) yang menekankan pada media baru memiliki salah satu unsur interaktif. Pikiran Rakyat berupaya mempertahankan interaksi antar pengguna dengan menerapkan Key Performance Indicators (KPI). Pikiran Rakyat selaku media meyakini tanggung jawabnya sebagai Pers harus menjadikan konten-konten berita sebagai prioritasnya. Meskipun penayangan tersebut di sebuah media sosial, tetapi tidak dipungkiri audiens membutuhkan informasi – informasi penting

Khususnya bagi Pikiran Rakyat yang pernah memulai sebagai media yang menyebarkan berita memulai koran, namun mereka perlu memperhatikan kehadirannya di masyarakat. Sesuai dengan teori media baru yang menekankan perkembangan teknologi, tatanan Masyarakat yang mulai berubah dan membentuk hal yang baru dalam teknologi. Pun, teori ini menjelaskan secara tidak langsung perlu adanya pengendalian oleh media massa terhadap masyarakat. Pentingnya peran Pikiran Rakyat dalam menguasai dan mengendalikan hal tersebut, demi memberikan informasi yang edukatif.

Kedua, Intensitas Penggunaan Akun Tiktok Pikiran Rakyat sebagai Media Penyebaran Berita dilakukan Secara Efektif dengan Meningkatkan Engagement dan Upload saat Prime Time. Efektivitas dalam penyebaran berita dilakukan Pikiran Rakyat supaya informasi tepat sasaran kepada masyarakat sekaligus audiensnya di media sosial tiktok. Adapun media sosial menjadi salah sarana yang tepat dalam penyampaian informasi yang efektif saat ini. Di zaman yang semakin modern, media sosial menjadi sebuah media yang menghasilkan segala bentuk informasi dan komunikasi yang memudahkan semua orang. Pada dasarnya, media sosial merupakan teknologi mutakhir berbasis internet yang bisa diakses melalui perangkat selular atau komputer. Media sosial identik dengan komunikasi namun media sosial juga sebagai sarana penyebaran informasi dengan cepat dan aktual.

Nilai efektivitas menjadi sasaran Pikiran Rakyat dalam menyebarkan berita di media sosial tiktok. Efektivitas ternilai dari data *engagement* yang dihasilkan akun tiktok Pikiran Rakyat. Rahmi menjelaskan, untuk efektif dalam penyebaran berita dapat terlihat dari angka *share* yang dilakukan audiens. *Share* yang termasuk dari bagian *engagement* menjadi tolak ukur intensitas dan efektivitas berita telah sampai ke audiens dengan baik.

Cara meningkatkan *engagement* lainnya bukan hanya melalui pemberitaan viral yang Pikiran Rakyat gunakan dalam penyebaran berita ataupun data *like*, *comments*, *share*, tetapi *treatment* mereka pun menggunakan music-musik viral dan Artificial Intelligent (AI) Voice Over yang ada di fitur tiktok itu sendiri.

Menurut Anshari (2019: 3), media sosial dianggap efektif dan efisien untuk megumpulkan data dan pencarian bahan-bahan berita (*news hunting*). Dengan adanya media sosial, jurnalis bisa mendapatkan bahan berita tanpa harus terjun langsung ke lapangan. Media-media di atas berkonvergensi dan memanfaatkan jaringan internet untuk bertahan di industri media ini. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor biaya produksi yang lebih hemat, waktu penayangan yang fleksibel dan efektif tersebar di banyak lini masyarakat. Dengan banyaknya jumlah pengguna TikTok di Indonesia menjadi bukti bahwa TikTok menjadi media yang dipilih masyarakat bukan hanya untuk hiburan semata, tapi untuk mencari dan mendapatkan informasi

Hal tersebut pun sesuai dengan ungkapan informan, jika pencarian berita Pikiran Rakyat sebenarnya bukan hanya untuk pemberitaan di tiktok, tetapi juga

untuk pemberitaan di *website* milik Pikiran Rakyat, yakni PikiranRakyat.com. Hal ini jelas efektif, ketika melihat pembaca di website dan pengguna media sosial tiktok terjangkau mendapatkan berita. Jika diperlihatkan lagi secara spesifik, Pikiran Rakyat pun sudah memahami cara media sosial tiktok bekerja, yakni dengan sebuah algoritma. Pun, algoritma, memerlukan bantuan *engagement* dan upload saat prime time.

Menurut DJ Waldow (2012), *engagement* dapat diartikan sebagai tingkat interaksi yang terjadi antara audiens dan perusahaan pers melalui media sosial. Hasil dari komunikasi yang baik jika nantinya dalam terjadinya komunikasi tersebut salah satu audiens bisa memberikan perhatian yang berupa respon kepada pembuat pesan pesan. Secara sederhana, respon dari *engagement* dapat berupa jumlah *likes*, *comments*, *share* hingga *retention*. Meningkatkan *engagement* tidaklah mudah, maka dari itu Pikiran Rakyat berpartisipasi secara langsung untuk meningkatkannya, yakni dengan bantuan para tim pada media sosialnya masing-masing. Hal tersebut pun menjadi upaya nyata di lapangan yang mereka lakukan.

Prime Time merupakan waktu terbaik dalam mengupload konten agar mendapatkan *engagement* yang lebih tinggi. Waktu dalam mengupload konten berkaitan dengan isi konten sebagaimana sifat dari topik pembahasannya. seperti konten dalam kategori horror dan seksual akan lebih mendukung jika diupload di malam hari sedangkan pada konten masak lebih cocok diupload pada pagi atau siang hari menyesuaikan dengan jam produktivitas saat hendak memasak (Nuhayati dan Islam, 2022: 118).

Sesuai dengan teori media baru yang merujuk pada inovasi teknologi dengan penyebaran ide atau gagasan yang bersifat baru melalui media sosial. Hal ini pun dianggap efektif karena penyebarannya memanfaatkan teknologi komunikasi yang paling banyak digunakan oleh Masyarakat sekarang, yakni media sosial tiktok. Pentingnya *engagement* dan *prime time* pun ialah supaya berita sampai dengan tepat waktu dan tepat sasaran. Pun, karena terkadang jika publikasinya dilakukan tidak tepat waktu bahkan lebih lambat dari seharusnya, maka akan disayangkan pemberitaan tidak diterima oleh audiens.

Pengelolaan Isu Tiktok Pikiran Rakyat sebagai media Penyebaran berita

Pengelolaan isu menjadi salah satu langkah penting dalam penelitian ini. Meskipun mungkin pada dasarnya pengelolaan isu pada setiap media hamper sama, tetapi untuk beberapa hal akan terlihat berbeda. Hal ini pun berlaku untuk Pikiran Rakyat, pada pengelolaannya Pikiran Rakyat fokus ke dalam jenis pemberitaannya, yaitu pengelolaan dibuat dalam bentuk *hard news*, penyebarannya dibentuk dalam informasi kebaruan, dan pengemasanya dilakukan secara fact-checking.

Pertama, Pengelolaan Isu Tiktok Pikiran Rakyat sebagai Media Penyebaran Berita Dibuat dalam Bentuk Hard News. *News* atau berita

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

Berdasarkan hasil temuan, Pikiran Rakyat fokus mempublikasikan konten *hard news* di tiktoknya. Istilah *hard News* sendiri merupakan jenis berita singkat, lugas dan cepat. Menurut Morissan (2008: 24), berita keras atau *hard news* juga sering diartikan sebagai berita hangat yang memiliki arti penting bagi banyak pembaca, pendengar dan pemirsa karena biasanya kejadiannya berisi kejadian-kejadian yang terkini, yang baru saja terjadi. *Hard news* pun termasuk ke dalam jenis berita *straight news*, yang mana informasinya bersifat actual dan factual. Contoh pemberitaan *hard news* diantaranya seperti berita politik, kriminalitas, ekonomi.

Konten yang tayang di akun tiktok Pikiran Rakyat pun merupakan *mirroring* dari *website* Pikiran Rakyat. Hal tersebut diungkapkan tim sosial media berkoordinasi langsung dengan Redaksi Pikiran Rakyat. Sehingga artikel-artikel yang tayang di website tersebut dibuat dalam bentuk konten video di akun Tiktok Pikiran Rakyat.

Isu tiktok Pikiran Rakyat pun berisi *hard news*, sejumlah berita yang dipublikasikan merupakan isu politik, ekonomi, hingga olahraga khususnya PERSIB. Pikiran Rakyat pun mengakui jika isu tentang hiburan di tiktok hanya sebesar 5 persen. Hal tersebut memperlihatkan isu-isu yang ditayangkan tetap sesuai dengan kegiatan jurnalistik pada umumnya. Pada temuan ini pula *hard news* menjadi salah satu bukti jika Pikiran Rakyat masih relevan menyampaikan pesan kepada khalayak pengguna media sosial tiktok. Pasalnya, tiktok merupakan jenis platform yang isi informasinya bersifat cepat dan *trending*. Tiktok pun dikenal dengan video-video pendek yang lebih disukai khalayaknya. Kesesuaiannya dengan *hard news* ialah termasuk ke dalam *straight news* yang menekankan berita-berita singkat dengan peristiwa-peristiwa terbaru.

Jika dikaitkan dengan teori media baru, Pierre Levy mengemukakan jika perkembangan teknologi komunikasi salah satunya yaitu dengan media sosial yang pada zaman modern ini menjadi salah satu media komunikasi yang populer. Dengan keberadaan media sosial, masyarakat kini dapat lebih mudah mendapatkan semua pemberitaan termasuk *hard news* yang juga diterapkan oleh Pikiran Rakyat. Teori baru ini pun relevan dengan keberadaan media sosial. Teori ini pun memiliki padangan interaksi sosial, salah satunya dibedakan berdasarkan kedekatannya.

Hal tersebut pun sesuai dengan pernyataan Pikiran Rakat yang

mengambil langkah *proximity* kepada audiensnya. *Proximity* atau kedekatan geografis, sosial bahkan psikologis. Jawa Barat sebagai lingkungan yang dinamik membutuhkan sebuah media seperti Pikiran Rakyat untuk mendapatkan informasi. Pikiran Rakyat pun menjangkau pemberitaan yang dekat dengan masyarakat Jawa Barat, seperti klub olahraga Bandung Persib, lalu keadaan geografis yang tengah meresahkan seperti Sesar Lembang hingga kehidupan politik yang akan berlangsung Pemilihan Umum Gubernur Jawa Barat mendatang. Asumsinya, *proximity* menjadi langkah yang tepat bagi Pikiran Rakyat sebagai media Jawa Barat memiliki eksistensi yang cukup tinggi di Tiktok.

Kedua, Pengelolaan Isu Tiktok Pikiran Rakyat sebagai Media Penyebaran Berita Dibentuk dalam Informasi Kebaruan. Berita yang mengandung kebaruan merupakan perwujudan nyata dari salah satu kaidah Jurnalistik, guna menghasilkan informasi yang dibutuhkan masyarakat, pers bertanggungjawab untuk menyebarkan informasi terbaru dan aktual. Secara konseptual, berita atau *news* sangat dekat dengan pengertianya dengan kata “baru”.

Pada bagian ini, peneliti mencoba menggambarkan pengelolaan isu yang dilakukan Pikiran Rakyat terhadap penyebaran berita melalui akun tiktoknya. Secara spesifik, para informan menyatakan sisi “kebaruan” menjadi bagian penting dalam penyebaran informasi mereka kepada masyarakat.

Menurut Ibrahim (2014: 4-7), berita adalah bentuk plural dari *new* (baru), sebab berita perlu berhubungan dengan beberapa hal atau peristiwa yang dianggap baru dan menarik. Berita pun dianggap bernilai jika memiliki kebaruan atas informasi yang ditayangkan. Sebuah berita pun mempunyai nilai yang dapat dikatakan layak atau tidaknya diangkat sebagai berita, sebab dianggap mempunyai nilai berita (*news value*). Namun, berbagai faktor dapat menentukan berita layak muat atau tidak, layak tayang atau tidak.

Sebagian informasi didapat bukan dari sekolah, atau bahkan tempat bekerja, melainkan informasi-informasi diperoleh dari media. Berkembangannya teknologi dan kecepatan internet, semua pengetahuan bisa didapatkan melalui media, bahkan mulai bermunculan istilah *citizen journalism*. Khalayak menganggap perlu mendapatkan informasi tentang peristiwa yang terjadi, terkait gagasan atau pendapat orang lain, sesuatu yang tengah dilakukan, diucapkan, informasi – informasi terbaru menjadi salah satu yang dikonsumsi khalayak (Ardianto, et.al, 2012: 18).

Informasi merupakan salah satu poin penting bagi media, seperti halnya Pikiran Rakyat mampu menayangkan informasi terbaru dengan karakteristiknya sendiri. Produksi berita melalui media sosial memang bukan sesuatu hal yang baru bagi Generasi sekarang, tapi mungkin tidak berlaku bagi Generasi *baby boomer* yang dahulu terbiasa dengan koran hingga majalan untuk mendapatkan informasi. Melalui informasi yang didapat, berkaitan erat dengan komunikasi yang dapat menghadirkan efektivitas terhadap suatu permasalahan yang terjadi. Pada prosesnya melalui berita yang mengandung sejumlah pesan

untuk disebarakan kepada seluruh masyarakat yang merupakan perwujudan upaya yang dilakukan Pikiran Rakyat selaku media pers.

Informasi kebaruan (*newnews*) dijadikan standar oleh Pikiran Rakyat bukan hanya untuk menjangkau lebih banyak audiens. Tetapi mereka mengaku tetap berprinsip sebagai media pers seperti sebelumnya, dengan mengedepankan informasi-informasi terbaru sehingga masyarakat akan lebih *update* tentang peristiwa yang ada disekitarnya. Menurut Sumadiria (2008: 80), berita yang memiliki informasi kebaruan merupakan salah satu aspek dalam menentukan berita yang bernilai.

Teori media baru pun sesuai dengan penelitian ini. Pada dasarnya, teknologi menjadi campur tangan yang sesuai dengan informasi. Teori ini menekankan media lama yang tetap eksis meski beberapa perubahan budaya berlangsung. Informasi kebaruan sesuai dengan peran pentingnya teori ini dalam hal tatanan sosial yang turut saling mempengaruhi. Masyarakat yang tidak luput dari kehidupan sosialnya perlu mengetahui informasi tentang lingkungan sekitarnya. Teori ini pun menegaskan supaya media membawa keyakinan perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat dikendalikan oleh inovasi teknologi. Keseimbangan antara kehidupan sosial dengan memperoleh informasi terbaru menjadi aspek penting dalam bermasyarakat.

Selain itu, teori ini menekankan pada integrasi sosial. Artinya lebih membedakan media baru dan media lama dari interaktif dan interaksi tatap muka. Namun, pada bagian ini media sosial tidak terlibat terhadap interaksi tatap muka, tetapi pada teori ini pun memperlihatkan jika media lama atau media konvensional cenderung memiliki peluang yang kecil dibanding media baru yang lebih interaktif.

Ketiga, Pengelolaan Isu Tiktok Pikiran Rakyat sebagai Media Penyebaran Berita Dikemas secara Fact-Checking. Pada *platform* jurnalisme, faktualitas dan verifikasi informasi merupakan jantung jurnalisme. Pemeriksaan fakta dalam organisasi media menjadi suatu kelaziman. Jurnalis berkomitmen tinggi kepada kebenaran (Kovach & Rosentiel, 2003: 121). Sebagai media pers yang bertanggung jawab, Pikiran Rakyat tetap menerapkan *fact-checking* meskipun bukan di *platform* khusus berita. Meski berita ditayangkan melalui media sosial tiktok, Pikiran Rakyat mengaku masih menjadikan *fact-checking* sebagai standar dalam proses pengelolaan isu.

Verifikasi mengandaikan proses jurnalistik yang telah memenuhi penyaringan fakta sehingga menghindari desas-desus, isu, dan pra sangka yang belum tentu kebenarannya (Kovach & Rosentiel, 2003:87). Pada prinsipnya, verifikasi atas suatu fakta ini dilakukan dengan melakukan pencarian data sebanyakbanyaknya dan mendapatkan sumber berita melalui berbagai macam sumber yang sah. Dua elemen kunci dalam proses verifikasi adalah sumber konten media dan konten media itu sendiri (Brandtzaeg,et.al., 2015).

Pemeriksaan fakta pun semakin dijadikan standar karena perkembangan media digital. Liputan hingga wawancara narasumber dapat dilakukan secara *online*. Berbeda halnya di zaman dulu yang perkembangan teknologinya belum secanggih sekarang. Di Indonesia pun bahkan terdapat organisasi asosiasi pemeriksa data sampai saat ini, yang diinisiasi oleh Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo), Aliansi Jurnalis Independen (AJI), dan Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI), Google News Initiative serta First Draft. Sehingga tak heran, *fact-checking* pun masih digandeng erat oleh Pikiran Rakyat, karena mereka pun secara resmi masih berada dipantauan Dewan Pers dengan Undang-Undang Pers yang menjadi batasannya.

Menurut Irwansyah (2019: 121), jurnalisme pemeriksa fakta (*fact-checking journalism*) menjadi salah satu tren baru di jurnalisme digital. Karakteristik jurnalisme fakta ini merupakan sebuah kolaborasi menarik yang dapat melewati keredaksian dan pakem jurnalisme pada umumnya. Meskipun pada dasarnya, Pikiran Rakyat tidak melakukan pemeriksaan fakta dengan sebuah mesin, tetapi mereka melakukannya secara manual berupa pemeriksaan ulang informasi kepada narasumber, ataupun pemeriksaan ulang langsung ke lapangan. Namun hal tersebut menjadi upaya Pikiran Rakyat untuk tetap mempertahankan tanggungjawabnya sebagai media pers.

Lalu tidak jauh berbeda dengan teori media baru, karena perkembangan teknologi ini tidak menutup kemungkinan Pikiran Rakyat mengubah aturan yang berlaku di dunia Pers. Pasalnya, ada dampak yang terlihat jika Pikiran Rakyat menghasilkan pemberitaan palsu bahkan tidak akurat. Kecepatan teknologi kemungkinan tidak dapat menutup kesalahan sekecil apapun, bahkan dapat menjadi *boomerang* jika berita yang disajikan tidak sesuai faktanya. hal ini pun terlepas dari salah satu kemajuan teknologi, hubungan masyarakat dengan teknologi saling mempengaruhi.

Pengaruh Akun Tiktok Pikiran Rakyat sebagai media Penyebaran Berita

Suatu berita yang dikonsumsi khalayak baik di media massa atau pun media sosial, pasti telah melalui pelbagai proses sebelum akhirnya disebar. Penyebaran atau disebut juga dengan diseminasi adalah suatu kegiatan ditujukan kepada seorang atau sekelompok orang agar memperoleh informasi, kemudian timbul efek dari tindakan tersebut hingga ia merasa perlu dan memanfaatkan informasi tersebut (Nuriyah, 2021: 7).

Pertama, Pengaruh Akun Tiktok Pikiran Rakyat sebagai media Penyebaran Berita Terlihat dari Audiens yang Berasal dari Gen Z. Perilaku Gen Z nyatanya mendapat banyak perhatian khusus karena karakteristik yang berbeda dari generasi-generasi sebelumnya. Telah banyak penelitian hingga studi kasus yang dilakukan pada Gen Z, seperti halnya studi yang dilakukan McKinsey (2018), perilaku Gen Z bisa dikelompokkan menjadi 4 aspek besar yang berdasarkan satu fondasi yang kuat, yaitu Gen Z merupakan generasi yang mencari akan suatu kebenaran. “Pertama, Gen Z disebut sebagai “the undefined

ID”, dimana generasi ini menghargai ekspresi setiap individu tanpa memberi label tertentu. Pencarian akan jati diri, membuat Gen Z memiliki keterbukaan yang besar untuk memahami keunikan tiap individu” (Sakitri, 2021: 2)

Pengaruh ini pun dirasakan oleh Pikiran Rakyat dalam penyebaran berita di media sosial tiktok. Gen Z pun akhirnya menjadi sasaran Pikiran Rakyat dalam menyebarkan berita-beritanya. Pasalnya Gen Z pun tidak secara menyeluruh merasakan informasi yang disebarkan melalui koran atau majalah. Hal itu pun disadari Pikiran Rakyat, karena pemberitaan yang menarik dan memiliki nilai kedekatan menjadi hal yang paling banyak disukai oleh Gen Z. Sesuai dengan studi yang telah dijelaskan diatas, jika Gen Z memiliki perilaku mencari suatu kebenaran. Artinya informasi yang mereka dapatkan akan semakin meningkat atau semakin *hype* karena perilakunya yang terus mencari tahu informasi terkait, yang mereka yakini hal tersebut memiliki kebenaran atau hanya kebohongan. Menjadi kelebihan sendiri bagi Gen Z yang dapat memilah informasi benar atau tidak.

Tanpa disadari, pengaruh dari Gen Z pun menghasilkan pengaruh lainnya berupa *proximity*. Bukan tanpa alasan Gen Z menyukai informasi yang berputar pada kebenaran, pasalnya informasi menjadi lebih menarik saat adanya kedekatan secara emosional dan lingkungan. Istilah konten-konten yang *relate* menjadi salah satu konten yang paling banyak di tiktok. Perilaku mencari kebenaran pun artinya ada kebiasaan jika Gen Z menyukai hal-hal yang “benar” atas apa yang mereka lakukan, khususnya validasi menjadi penting bagi Gen Z.

Menariknya, konsep pengaruh yang didapatkan dari Gen Z sangat erat kaitannya dengan teori *new media*. Pada studi McKinsey, Gen Z tergolong sebagai “The Communaholic” atau generasi yang sangat aktif, inklusif terhadap kecanggihan teknologi, hingga berbagai komunikasi guna memperluas fungsi yang ingin mereka berikan. Teori ini sangat tepat mengatakan perubahan budaya yang terjadi di masyarakat, khususnya pada teknologi komunikasi yang menjadi penyebab utama perubahan budaya.

Gen Z dikenal sebagai generasi yang kreatif dan inovatif, pada survey yang dilakukan oleh Hariss Poll (2020), sebanyak 63% Gen Z tertarik untuk melakukan beragam hal kreatif setiap harinya. Implementasi inovasi ini menjadi sesuai dengan teori yang diangkat, sehingga pada penerapannya Gen Z cenderung lebih aktif pada teknologi, bahkan mampu berimprovisasi terhadap teknologi dengan memanfaatkannya sebaik mungkin. Pendapat teori media baru menjelaskan adanya pengaruh jika teknologi yang semula dibuat oleh manusia akhirnya memberikan pengaruh tersendiri dan menuntut manusia untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi.

Kedua, Pengaruh Akun Tiktok Pikiran Rakyat sebagai Media Penyebaran Berita Terlihat dari Dampak yang dihasilkan Berupa Perbaikan Fasilitas di Bandung. Konsep *masspersonal* menjadi salah satu hasil dari penelitian ini. O’Sullivan dalam Juditha (2020: 135) berpendapat, jika media sosial yang

menggunakan jaringan internet tersebut untuk menyampaikan pesan-pesan interpersonal kepada seluruh jaringannya. Komunikasi tersebut bersifat interaksional semakin signifikan dengan hadirnya *masspersonal*. Dalam proses interaktif, dampak serta efektifnya menjadi sebuah proses pertukaran informasi, yang menjadi tanggung jawab bersama pengirim dan penerima pesan. Hal tersebut menjadi titik berat dampak komunikasi transaksional.

Adanya pola komunikasi yang berdampak secara nyata dirasakan Pikiran Rakyat dalam penyebaran beritanya. Liputan yang telah mereka lakukan dalam perwujudan aksi terkait keresahan warga kota Bandung terhadap fasilitas yang rusak menghasilkan sebuah perbaikan. Kekuatan media sosial semakin terlihat nyata ketika kritik yang disampaikan semakin besar dan rumit. Pemerintah yang langsung bertindak tegas terhadap keresahan warga kota Bandung memperlihatkan solusi nyata.

Pada konsep komunikasi, hal tersebut memiliki pola komunikasi yang berdampak. Adanya survey yang sempat dilakukan terkait pola komunikasi yang serupa, dilatarbelakangi oleh penetrasi internet yang semakin meningkat. Internet juga dinilai telah membawa perubahan drastis terhadap pola komunikasi dan interaksi manusia. Selain itu, dominasi komunikasi yang termediasi oleh komputer (internet) atau lebih dikenal dengan istilah *Computer Mediated Communication* memiliki dampak yang signifikan dalam komunikasi secara langsung atau tatap muka (Juditha, 2020: 134)

Dampak ini menjadi harapan yang terealisasi oleh Pikiran Rakyat, bahwa pemanfaatan media sosial tiktok sebagai platform pemberitaan bukanlah hal yang mudah. Ancaman hingga resiko yang dihadapi menjadi tantangan sendiri bagi Pikiran Rakyat dalam menyelesaikannya. Pun, mencari cara untuk tetap bertahan dan eksis sebagai media pers di perkembangan teknologi saat ini.

Teori media baru secara bersamaan saling melengkapi dan memahami tentang setiap perubahan dan inovasi yang selalu berkembang. Secara tidak langsung, beberapa hal telah berubah khususnya dalam penyebaran informasi yang semakin efektif dan efisien. Secara tidak langsung, perubahan ini pun sesuai dengan teori media baru. Dua asumsi yang ditekankan yaitu interaksi sosial dan integrasi sosial. Pada interaksi sosial yang menekankan jika media baru memungkinkan adanya komunikasi tanpa interaksi tatap muka namun menghasilkan sebuah pengaruh yang dirasakan secara langsung.

PENUTUP

Berdasarkan informasi yang dikumpulkan melalui tiga informan, dalam bab ini menyajikan kesimpulan dan saran mengenai hasil penelitian berdasarkan analisa yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Penelitian ini pun memfokuskan pembahasan pada 3 aspek, yaitu menguraikan intensitas penggunaan *tik tok* akun @pikirankayat sebagai media penyebaran berita, menguraikan pengelolaan isu *tik tok* akun @pikirankayat sebagai media penyebaran berita, menguraikan pengaruh

akun di akun *tik tok* @pikirankayat sebagai penyebaran berita

Seperti pembahasan pada BAB sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa Pikiran Rakyat telah memanfaatkan akun tiktok sebagai media penyebaran berita dengan maksimal. Hal tersebut terlihat setidaknya ketika Pikiran Rakyat menyebarkan berita secara rutin dan efektif dengan meningkatkan engagement dan upload saat prime time. Selain itu, pengelolaan isu yang dilakukan Pikiran Rakyat tetap mengacu pada dasar-dasar jurnalistik seperti membentuk *hard news*, mengacu informasi kebaruan hingga mengutamakan *fact-checking* sebagai standar. Adapun dalam pengaruh yang terlihat dari Audiens Generasi Z dan menghasilkan dampak positif berupa perbaikan fasilitas di Bandung, sehingga pengaruhnya dapat dirasakan secara bersama.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai suatu refleksi, diantaranya *pertama*, sebagai sebuah media pers sudah sepatutnya memiliki tanggungjawab terhadap fungsinya dan terhadap masyarakat sebagai kontrol sosial. Meskipun perkembangan zaman kini yang cukup signifikan tidaklah mudah, tetapi masyarakat masih membutuhkan media sebagai sumber informasi dimanapun mereka berada, sekalipun informasi didapatkan dari media sosial. Tanpa mempertimbangkan platform tersebut ialah platform hiburan, tetapi setiap media turut mampu hadir didalamnya sebagai sarana informasi hingga edukasi.

Kedua, bagi masyarakat untuk dapat memanfaatkan media sosial Tiktok atau bahkan media sosial lainnya sebagai sarana mendapatkan informasi dan edukasi. Tidak hanya mementingkan kebutuhan sekunder, tetapi mementingkan kebutuhan lainnya yang mendukung kehidupan sosial di masyarakat.

Ketiga, bagi media sosial perlu mempertimbangkan media-media pers dalam memberikan ruang khusus untuk berbagi informasi faktual dan aktual. Pahalanya kepentingan ini menjadi serius saat ada batasan-batasan berbentuk *community guidelines* yang mungkin dapat merugikan media pers. Hal tersebut dapat dipertimbangkan sehingga ada penyesuaian dalam penyebaran informasi

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon A. 2022. *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media Publishing.
- Abidin, Ali Zainal. 2022. *Jenis Media Sosial*. Diakses pada 7 Februari 2024. Dari <https://argiaacademy.sch.id/jenis-media-sosial/>
- Annur, Cindy Mutia. 2022. *Survei KIC: Mayoritas Masyarakat Indonesia Mengakses Informasi di Media Sosial*. Dari: [Survei KIC: Mayoritas Masyarakat Indonesia Mengakses Informasi di Media Sosial \(katadata.co.id\)](https://katadata.co.id)
- Anshori, Mahfud. 2011. *Jurnalistik Online Indonesia: Analisis Framing Tiga Portal Berita Online di Indonesia*. *Jurnal komunikasi* Vol. 5 No. 2

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Rudi Dian. 2023. Pengertian Whatsapp beserta *Sejarah, Fitur, Kelebihan, Kekurangan, dll*. Diakses pada 7 Februari 2024. Dari <https://dianisa.com/pengertian-whatsapp/>
- Ashari, Muhammad. 2019. *Jurnalisme Digital: Dari Pengumpulan Informasi Sampai Penyebaran Pesan*. Jurnal Komunikasi Vol. 4 No. 1. Universitas Indonesia.
- Baran, Stanley J. dan Davis, Dennis K. 2018. *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Briggs, Asa dan Peter Burke. 2006. *Sejarah Media Sosial (Dari Gutenberg sampai Internet)*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Creeber, G. Dan Martin, R. 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media Berkshire*. England: Open University Press.
- Demmy, iD dan Qorib F. 2018. *Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang Terhadap Penggunaan TikTok*. JISIP: Jurnal Ilmu 52 Sosial Dan Ilmu Politik ISSN. 2442-6962 Vol. 7, No. 2 (2018).
- Waldow, DJ. Falls J. (2012). *The Rebel's Guide to Email Marketing: Grow Your List, Break the Rules, and Win*. Seattle: Que Publishing.
- Faturtama, Devin Lutfhi dan Syahrul Abidin. 2023. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UINSU*. Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi Vol.4 No.3 (September 2023).
- Habibi, Zaki. 2007. *Citizen Journalism: Ketika Berita Tak Hanya Memiliki Satu Muka*. Jurnal Ilmu Komunikasi. 1(2), 110-20.
- Kurnia, Novi. 2005. Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori komunikasi. Jurnal MediaTor vol. 6 No. 2
- Ritonga, Elfi Yanti. 2018. Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. Jurnal Simbolika Research and Learning in Communication Study 4 (1): 32. Doi: [10.31289/simbollika.v4i1.1460](https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1460).

