



Peranan Media Sosial Tiktok Dalam Menyebarkan Berita Terkini Inspira TV

Syfa Putri Amalia¹⁾; Reza Rizkina Taufik²⁾

¹⁾ Ilmu Komunikasi, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

Email: ¹⁾ syfapamalia@gmail.com, ²⁾ rezarizkinaaufik21@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [14 Mei 2024]

Revised [18 Juni 2024]

Accepted [22 Juni 2024]

KEYWORDS

New Media, TikTok, News

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Munculnya media baru salah satunya adalah media sosial TikTok dalam komunikasi massa memberikan dampak yang signifikan khususnya bagi penyebaran informasi berita pada media baru tersebut, sehingga banyak media pemberitaan yang ikut andil menggunakan TikTok sebagai wadah alternatif untuk menyebarkan beritanya, seperti media berita Inspira TV. Penelitian ini bertujuan untuk memperlihatkan bagaimana peran TikTok sebagai wadah alternatif menyebarkan informasi berita bagi Inspira TV. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dan studi yang digunakan studi kasus dengan paradigma penelitian ini adalah konstruktivis dan dibantu dengan teori new media (media baru). Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi online. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan Inspira TV terdapat dalam proses pengolahan informasi yang dibuat secara lugas dan jelas, serta dalam proses implementasinya menggunakan beberapa elemen yang terdapat pada media baru TikTok. Komentar yang terdapat pada akun berita Inspira TV pun beragam, diantaranya jenis feedback positif, negatif, dan zero. Perbedaan yang dirasa oleh media berita Inspira TV dalam menyebarkan beritanya adalah dari keterjangkauannya, proses penyebarannya, dan isi beritanya. Sehingga Inspira TV sebagai media pemberitaan menganggap peranan media sosial TikTok dalam menyebarkan berita terkini Inspira TV masih belum cukup efektif, karena masih memiliki keterbatasan dan kekurangannya dalam mengolah berita.

ABSTRACT

The emergence of new media, one of which is the social media TikTok, in mass communication has had a significant impact, especially on the dissemination of news information on this new media, so that many news media have taken part in using TikTok as an alternative forum for spreading their news, such as the Inspira TV news media. This research aims to show the role of TikTok as an alternative forum for disseminating news information for Inspira TV. This research uses a qualitative approach method and the study used is a case study with a constructivist research paradigm and is assisted by new media theory. Research data was collected using in-depth interviews and online observations. The results of this research are that the strategy used by Inspira TV is in the information processing process which is made straightforward and clear, as well as in the implementation process using several elements contained in the new TikTok media. The comments on the Inspira TV news account are varied, including positive, negative and zero feedback. The difference felt by the Inspira TV news media in disseminating its news is its affordability, the dissemination process, and the content of the news. So Inspira TV as a news media considers that the role of social media TikTok in disseminating the latest news. Inspira TV is still not effective enough, because it still has limitations and shortcomings in processing news..

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang terjadi di era modern ini sangat pesat, terlihat dengan banyaknya inovasi-inovasi terbaru pada teknologi itu sendiri sehingga lebih banyak memberikan kemudahan bagi para penggunanya. Teknologi tersebut diciptakan guna membantu kegiatan sehari-hari maupun untuk memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan manusia. Hal tersebut terbukti dengan adanya riset berdasarkan data dari We Are Social pada halaman website datareportal.com yang diunggah pada tanggal 26 Januari 2023 dengan judul Digital 2023: Global Overview Report menyebutkan “menemukan informasi” masih menjadi alasan utama mengapa masyarakat didunia ini menggunakan internet, dilanjutkan untuk menjaga komunikasi dengan keluarga, dan yang ketiga tetap update dengan berita. Hal itu pun menunjukkan bahwa masyarakat dunia memang lebih relatif memprioritaskan untuk tetap up to date dengan berita dan peristiwa terkini yang sedang terjadi.

Dibandingkan media digital yang sudah ada sebelumnya, kini media baru lebih diminati masyarakat untuk mendapatkan informasi. Hal itu dikarenakan, sumber informasi tidak lagi dikendalikan media tradisional. Informasi menyebar ke berbagai media, dan orang hanya perlu memilih informasi apa yang akan diterima dan sarana apa yang digunakan untuk memperoleh informasi tersebut (Kovach &

Rosenstiel, 2001). Banyak media baru yang aktif dipakai oleh masyarakat luas. Salah satu media baru yang banyak digunakan tersebut adalah media sosial TikTok. Indonesia sendiri menduduki posisi kedua sebagai negara pengguna media sosial TikTok terbesar di dunia pada Januari 2023 setelah Amerika Serikat. Hal ini diketahui dari angka yang dipublikasikan di sumber iklan ByteDance yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial TikTok berusia 18 tahun ke atas di Indonesia sebanyak 109,9 juta pengguna.

Media sosial TikTok adalah sebuah aplikasi sosial media dengan layanan hosting video dimana memungkinkan penggunanya untuk membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek dengan durasi berkisar dari 3 detik hingga 10 menit ditambah dengan banyaknya fitur-fitur yang memudahkan penggunanya untuk mengolah video maupun foto pada aplikasi tersebut. Aplikasi media sosial ini sendiri diluncurkan pada September 2016 dan telah menjadi popularitas global khususnya di Indonesia apalagi bagi kaum milenial. Pada awal kemunculannya, media sosial TikTok hanya digunakan sekedar sebagai sarana hiburan semata. Namun kali ini, sosial media TikTok pun dijadikan wadah atau tempat media informasi, dan salah satunya adalah media pemberitaan berita-berita terkini yang biasanya hanya menyebarkan berita dengan cuplikan yang sangat singkat.

Banyak pakar komunikasi yang mengemukakan definisi dari berita. Namun, pengertian yang diungkapkan tersebut kerap kali membingungkan karena perbedaan satu sama lainnya. Perbedaan itu sebetulnya wajar mengingat tidak ada satu pun definisi berita yang baku. Semua tergantung bagaimana kita mencermati berbagai definisi tersebut dan kemudian menarik kesimpulan untuk menjadikannya batasan berita yang mendekati kesempurnaan (Arifin, 2006). Seperti Charles Dana yang memberikan batasan berita secara filosofis, ia mengatakan dalam bukunya yang berjudul *Broadcast Journalism Techniques Of Radio And Tv News* (1996), "when a dog bites a man, that is not news, but when a man bites a dog, that is news" yang maksudnya adalah segala sesuatu yang di luar kebiasaan atau sesuatu yang unik, barulah disebut berita.

Pada media tradisional sebelumnya, para jurnalis memiliki keterbatasan untuk menyajikan beritanya kepada khalayak luas, mungkin itu dikarenakan batas waktu penyiaran berita pada televisi ataupun dikarenakan informasi yang disampaikan hanya akan tergantung pada media berita tersebut. Pada media konvensional pun informasi hanya akan disampaikan melalui satu arah, sehingga penerima tidak bisa memberikan timbal balik langsung yang akan mengakibatkan akses informasinya akan sangat terbatas. Berbeda dengan media baru TikTok ini yang bisa memberikan ruang bagi penerimanya untuk langsung memberikan respon atau reaksi terhadap informasi berita yang disebar, tentunya dengan berbagai jenis feedback yang mereka berikan pada kolom komentar. Komunikasi yang berlangsung pun bukan hanya antara komunikator dan komunikan berita saja, namun antara komunikan pun bisa saling berinteraksi satu sama lainnya.

Apabila kita menilik ke salah satu media massa tertua yakni media cetak, media berita ini akan memakan waktu yang lebih lama dibandingkan media lainnya dikarenakan perlu melalui beberapa tahap dalam menyampaikan informasi beritanya. Masyarakat sendiri pun akan memilih media dengan keuntungan serta kemudahan yang didapatkan dari media berita lainnya seperti TikTok. Oleh dikarenakan hal itu, media sosial TikTok menjadi salah satu media baru yang paling banyak digunakan untuk mendapatkan berbagai informasi, salah satunya adalah informasi berita terkini. Berita-berita yang dimuat pada media sosial TikTok dapat diakses kapanpun dan dimanapun yang menjadikan masyarakat akan lebih cepat mendapat berita atau peristiwa yang sedang terjadi dan sifat dari berita online itu sendiri adalah menjangkau informasi nasional maupun internasional secara cepat, ditambah lagi konten yang terdapat pada media sosial TikTok biasanya akan dikemas secara lebih menarik, lebih ringkas, dan lebih mudah dipahami. Dari kemudahan dan inovasi itulah media sosial TikTok biasanya dijadikan sebagai pilihan pertama masyarakat dalam mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Terbukti pula bahwa media sosial TikTok dapat dijadikan sebagai sarana media untuk melakukan jurnalisme online baik untuk media konvensional maupun untuk masyarakat biasa yang biasanya disebut dengan citizen journalism.

Dalam konteks citizen journalism, penyebar informasi dalam media sosial TikTok memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam menyampaikan informasinya sehingga berita yang disebar dapat akurat, objektif, dan tidak memihak, dikarenakan media sosial TikTok lebih rentan dengan berita hoaks. Nilai berita pun dapat diukur dari bagaimana dan apa saja etika jurnalisme yang diterapkan dalam konteks penyebaran berita melalui media sosial TikTok. Etika jurnalisme termasuk dalam hal verifikasi fakta, penggunaan sumber yang terpercaya, dan perlindungan privasi dan kepentingan individu yang terlibat dalam berita tersebut.

Dalam media sosial TikTok biasanya para media berita akan menyuguhkan pemberitaannya dengan gaya khasnya masing-masing demi menarik minat pengguna lainnya. Salah satu media berita yang menggunakan media sosial TikTok dalam menyebarkan beritanya adalah Inspira TV dengan username @beritainspira_. Sebelumnya, Inspira TV hanya membagikan berita melalui media konvensional yakni stasiun televisi dan artikel, namun kini sudah merambat mengikuti zaman modern



dengan mengunggah konten berita pada akun media sosial TikTok milik Inspira TV dengan menggunakan gaya khas video berita ringan yang diambil dari para citizen journalism dan ada juga berita yang diambil sendiri oleh para reporter Inspira TV yang turun langsung ke lokasi kejadian. Dalam video berita yang diunggahnya melalui media sosial TikTok, akun berita Inspira TV menggunakan kalimat yang informatif dan juga memanfaatkan fitur hashtags yang merupakan kunci supaya video tersebut bisa tersalurkan secara tepat ke berbagai kelompok video yang dituju sesuai dengan hashtags yang dipakai. Hal itu dikarenakan algoritma media sosial TikTok berjalan pada grafik kontennya yang mana konten tersebut akan tersebar kepada minat pengguna dalam video yang mereka tonton (Dizza & Dadi, 2022). Berita yang disebar oleh Inspira TV pun tidak asal sebar saja, mereka akan menyaring dan memastikan terlebih dahulu berita yang didapat untuk diketahui keakuratan berita tersebut.

Akun berita Inspira TV selalu berhasil menarik ribuan hingga jutaan penonton pengguna Tik Tok. Terlihat per tanggal 9 Mei 2023 pun pengikut dengan akun @beritainspira_ ini telah mencapai 1,2 juta dan mendapatkan 16,4 juta likes. Dengan hal ini, menunjukkan dan sebagai bukti bahwa konten berita yang tersebar khususnya di media sosial TikTok sangat diperlukan atau dicari oleh pengguna media baru dalam mendapatkan berita terkini yang sedang terjadi.

LANDASAN TEORI

TikTok : Media Baru Berbagai Informasi

Perkembangan dan inovasi pada media baru memaksa kita untuk berkomunikasi dengan berbagai cara yang berbeda dari sebelumnya. Ada dua pandangan mengenai media baru dan komunikasi yaitu media baru mengubah proses komunikasi manusia, atau proses komunikasi manusia yang membuat media baru hadir (Jandy Luik, 2020). Jika menilik dari pandangan pertama yakni "media baru mengubah proses komunikasi manusia" maka seperti yang sudah kita rasakan saat ini, terdapatnya perubahan komunikasi melalui media baru dari one-way flow menjadi two-way flow bahkan multi-way flow. Komunikasi dalam media massa umumnya beralih dari satu orang (pemimpin, raja, pendeta, penerbit, atau penyiar) ke banyak orang (penonton, pembaca, pendengar, pemirsa), hal ini pula yang menyebabkan banyak akademisi yang mempelajari media komunikasi mengistilahkannya sebagai medium one-to-many (Vin Crosbie, 2015).

Menurut Denis McQuail, media baru merupakan perkembangan teknologi komunikasi massa digital dimana seseorang dapat melakukan interaksi melalui dunia nyata tanpa bertatap muka langsung dengan bantuan internet (Dasrun Hidayat et al., 2022). Dari sisi media baru sebagai media alternatif untuk media pemberitaan, tentu banyak kemudahan yang didapat dari media baru tersebut yang berbeda dengan media tradisional sebelumnya. Contohnya, pesan atau informasi berita yang dikirim oleh individu maupun lembaga dapat secara bersamaan diterima oleh sejumlah orang yang sangat tak terbatas jumlahnya, yang mana pesan tersebut pun bisa sampai ke internasional dengan begitu mudahnya tanpa banyak aturan sebagai syaratnya. Setiap orang yang terlibat dalam komunikasi melalui media baru pun secara tidak sadar akan melakukan timbal balik terhadap pesan tersebut.

Salah satu media baru yang banyak digunakan saat ini adalah media sosial TikTok. TikTok sebagai platform media sosial yang diluncurkan dan dioperasikan oleh perusahaan teknologi internet China ByteDance yang digunakan oleh penggunanya untuk membuat dan membagikan video pendek, atau sebagai alat yang digunakan untuk hiburan, pemasaran, atau pendidikan (D. Bondy Valdovinos Kaye et al., 2022). Berdasarkan data dari Firma Riset Statista dalam laporan bertajuk "Countries with the largest Tik Tok audience as of April 2023" pada halaman website tekno.kompas.com yang diunggah pada tanggal 11 Juli 2023 dengan judul Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 113 Juta, Terbesar Kedua di Dunia menyebutkan jumlah pengguna TikTok di Indonesia per April 2023 mencapai 113 juta. Dengan jumlah pengguna tersebut, Indonesia sendiri menduduki posisi kedua setelah Amerika Serikat sebagai pengguna Tik Tok terbesar di dunia. Hal ini menunjukkan popularitas media sosial TikTok di Indonesia begitu besar apalagi bagi generasi millennial.

Algoritma yang berjalan dalam media sosial TikTok begitu unik, konten video yang beredar di TikTok akan menjangkau berdasarkan apa yang pengguna tersebut sukai, bukan berdasarkan siapa yang mereka sukai. Dengan kata lain, algoritma pada TikTok berjalan pada grafik konten, bukan grafik sosial. Jadi, popularitas "nama" dalam TikTok tidak begitu penting, tapi yang menentukannya adalah konten video yang kita sebar. Hal ini pula yang menjadi pembeda antara TikTok dengan media baru lainnya. Bukan hanya menyebarkan video, banyak pula fitur-fitur yang bisa digunakan dalam TikTok misalnya untuk mengedit video yang akan kita sebar tersebut, jadi secara tidak langsung TikTok dapat menjadi tempat membuat, mengedit, dan menyebarkan konten video secara bersamaan. TikTok menawarkan berbagai macam konten video di dalamnya, mulai dari dance, musik, fashion, makanan,

komedi, dan saat ini banyak media pemberitaan yang menggunakan TikTok sebagai alat alternatif untuk menyebarkan konten video pemberitaannya.

Pengertian Feedback dan Jenis-jenisnya

Feedback atau umpan balik merupakan pengetahuan tentang jalan pesan pada penerima dan menimbulkan reaksi penerima disampaikan kepada pengirim (Bonaraja Purba et al., 2021). Dengan kata lain, feedback atau umpan balik adalah respon atau reaksi pada sebuah informasi yang diterima dari pihak satu (komunikator) ke pihak lainnya (komunikan). Pada halaman website detikedu.com yang diunggah pada tanggal 26 April 2023 dengan judul Memahami Arti Feedback, Jenis, Fungsi, dan Tips Penyampiannya memaparkan ada beberapa jenis feedback dalam komunikasi.

Media Berita Inspira TV

Inspira TV adalah sebuah televisi digital yang siap hadir untuk menginspirasi anak muda dan keluarga dengan mengambil positioning sebagai "Inspiratif & Positif", Inspira TV mengambil segmen pemirsa usia muda dan komunitas. Inspira Televisi Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penyiaran televisi berbentuk perseroan terbatas, yang beroperasi di Jl. Parakan Saat I nomor 40 kelurahan Cipamokolan kecamatan Rancasari Bandung. Perusahaan ini merupakan holding atau anak perusahaan dari PT Global Garda Media. Inspira TV sendiri memperoleh izin mengudara secara lokal di Bandung pada tanggal 1 September 2013 dan sejak bulan November 2015, Inspira TV telah mendapat IPP (Izin Penyelenggaraan Penyiaran) berdasarkan keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor : 371/KEP/M.KOMINFO/10/2013. Lalu, saat ini hadir sebagai siaran televisi digital yang siap mengudara di seluruh Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Penelitian kualitatif adalah penekanan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum diukur, menekankan sifat realita yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara yang diteliti dengan peneliti, tekanan situasi yang membentuk penyelidikan, sarat nilai, menyoroti cara munculnya pengalaman sosial sekaligus perolehan maknanya (Hardani et al., 2020). Pemahaman pada penelitian kualitatif tersebut bukan hanya berasal dari sudut pandang peneliti, namun pemahamannya terhadap gejala dan fakta yang sedang diamati yakni berdasarkan sudut pandang subjek yang sedang diteliti. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti dan berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka (Ghaniya Ni'mah, 2016). Jika peneliti simpulkan, maka penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan sesuai dengan fakta lapangan guna memperoleh data melalui tulisan maupun lisan dari subjek penelitian yang berhubungan langsung dengan objek penelitian untuk memperoleh suatu fakta mengenai pemahaman yang sedang diteliti.

Studi Kasus

John W. Best (dalam Hardani, 2020 : 63) menyatakan bahwa studi kasus berkenaan dengan segala sesuatu yang bermakna dalam sejarah atau perkembangan kasus yang bertujuan untuk memahami siklus kehidupan atau bagian dari siklus kehidupan suatu unit individu (perorangan, keluarga, kelompok, pranata sosial suatu masyarakat). Sebuah kasus yang sedang diteliti bisa berupa peristiwa atau kejadian yang sederhana maupun sangat kompleks. Sebuah kasus pula akan bisa lebih dipahami oleh peneliti ketika ia memahami fenomena lain yang bersangkutan pula dengan kasus yang sedang diteliti tersebut, karena dalam studi kasus seorang peneliti ingin menggali lebih dalam informasi mengenai kasus yang sedang diteliti tersebut. Sebuah studi kasus penelitian bertujuan untuk menguji pertanyaan dan masalah penelitian, yang tidak dapat dipisahkan antara fenomena dan konteks di mana fenomena tersebut terjadi (Unika Prihatsanti, 2018).

Media Baru (New Media)

Yang mendasari munculnya istilah new media adalah teknologi komputer dan internet. Internet saat ini memang telah membawa banyak perubahan dalam komunikasi. Menurut Mulyana (dalam Dasrun Hidayat et al., 2022) secara sederhana new media berasal dari kata "new" yang berarti baru dan "media" yang berarti alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Bukan hanya sebagai distribusi pesan, media baru juga sebagai alat untuk memproduksi, menerima, bahkan



menyimpan pesan tersebut. Menurut Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (dalam Fitri dan Sukma, 2018) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, inter aktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana mana.

Paradigma Konstruktivisme (Constructivism)

Paradigma merupakan tumpuan peneliti yang digunakan sebagai keyakinan untuk mendapatkan suatu realitas atau fakta yang terjadi pada sebuah masalah yang sedang diteliti. Paradigma juga bisa dikatakan sebagai pemikiran yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar atau pengalaman-pengalaman yang telah dilalui. Paradigma digunakan peneliti untuk mendapatkan perspektif riset yang berisi bagaimana cara pandang (world views) peneliti melihat realita, bagaimana mempelajari fenomena, cara-cara yang digunakan dalam penelitian dan cara-cara yang digunakan dalam menginterpretasikan temuan (Juliana Batubara, 2017).

Paradigma dalam penelitian kualitatif menganut model humanistik, dimana manusia akan dijadikan sebagai subjek pada fenomena yang terjadi. Dikarenakan paradigma kualitatif percaya bahwa yang menentukan perilaku atas fenomena yang terjadi tersebut ialah manusia. Terdapat tiga jenis paradigma dalam penelitian kualitatif yaitu Postpositivism, Constructivism–Interpretivism (konstruktivisme), dan Critical–Ideological. Disini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme yang menganggap bahwa kebenaran pada suatu realitas sosial terhadap lingkungan adalah sebagai wujud konstruksi sosial, yang mana kebenaran tersebut bersifat relatif bagi setiap orangnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Informan Penelitian

Penyebaran berita pada media baru khususnya media sosial TikTok, kini banyak digunakan oleh media pemberitaan. Berita yang disebar oleh media berita tersebut biasanya disuguhkan dengan gaya khasnya masing-masing. Berbeda dengan media sebelumnya yaitu media konvensional yakni televisi dan artikel, tentunya terdapat banyak perbedaan yang dirasa khususnya bagi Inspira TV dalam menyebarkan beritanya. Salah satu perbedaan yang sangat mencolok dalam media baru ini adalah adanya ruang bagi penerima untuk langsung memberikan respon atau reaksi terhadap

informasi berita yang disebar. Dengan banyaknya media pemberitaan yang memilih menggunakan TikTok sebagai media alternatif dalam menyebarkan berita pun membuat banyak persaingan antara media berita tersebut demi mendapatkan perhatian dari setiap pengguna TikTok. Namun, salah satu permasalahan yang sering terjadi dalam menyebarkan informasi berita pada media baru TikTok adalah kesalahan menerima informasi. Apalagi TikTok yang cenderung bersifat lebih bebas dibanding media konvensional sebelumnya, membuat lebih rentan untuk mendapatkan informasi yang tidak akurat atau sering disebut hoaks.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, penelitian ini menetapkan dua orang tim redaksi dari media pemberitaan Inspira TV. Selain itu, peneliti juga memilih beberapa komentar netizen yang ada pada kolom komentar di akun berita Inspira TV. Untuk pelaksanaan wawancara, peneliti melakukan secara langsung dan daring dengan waktu yang berbeda, mengikuti jadwal dan kesediaan informan.

Pembahasan

Strategi Yang Digunakan Inspira TV Dalam Menyebarkan Berita Melalui Media Sosial TikTok

Digunakannya media sosial TikTok sebagai sarana alternatif dalam menyebarkan berita, tentunya memiliki faktor tersendiri bagi media pemberitaan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah satu informan yakni direktur Inspira TV, yang menyatakan faktor utama digunakannya TikTok adalah jangkauan dari media sosial TikTok yang sangat luas.

“Pasti utamanya adalah jangkauan, namanya sosial media, open source, semua orang bisa mengakses itu, peluang cepat dan jangkauan bisa sangat luas tidak hanya daerah namun juga ke dunia, itu sih paling utama” (Transkrip Wawancara S1, 10 Juli 2023).

Informan kedua adalah penanggung jawab dari news Inspira (TV, Web, SosMed) yang menyatakan bahwa faktor Inspira TV menggunakan TikTok untuk menyebarkan beritanya ialah karena Inspira TV merupakan media televisi sekaligus online yang mana harus ikut andil dalam perkembangan yang terjadi.

“Karena bagaimanapun sosial media ikut menjadi andil dalam perkembangan berita ya, jadi media sosial itu memiliki andil. Nah karena itu kan perkembangan media sosial berita itu, inspira tv yang menjadi salah satu media televisi dan juga online ya mau tidak mau, ikut dalam perkembangan tersebut

salah satunya TikTok.” (Transkrip Wawancara S2, 20 Juli 2023).

Strategi sangat diperlukan oleh setiap media pemberitaan untuk sebanyak-banyaknya menarik minat dari penerima berita tersebut, begitupun di media sosial TikTok. S1 dan S2 berpendapat, bahwa video berita yang disebarakan melalui media sosial TikTok harus mengangkat isu-isu terkini (viral) karena memang pengguna media sosial TikTok akan lebih responsif terhadap berita seperti itu. Kemudian, S2 juga mengatakan strategi lain dari Inspira TV adalah dengan mengupdate berita lokal yang tidak semua media berita puya. “Kita harus merespon isu-isu terkini, dan platform sosial media Tik tok ini juga menjadi peluang kita sebenarnya sih bukan ancaman bagi kita.” (Transkrip Wawancara S1, 10 Juli 2023).

“Strategi yang digunakan kita melihat dari cara TikTok itu sendiri, kan biasanya TikTok itu selalu memposting hal-hal yang viral. Nah kita pun mengikuti untuk update berita-berita viral. Selain mengikuti berita viral, kita juga memposting berita-berita lokal yang mungkin tidak semua akun media-media berita yang lain punya. Nah itu salah satu strategi yang kita gunakan.” (Transkrip Wawancara S2, 20 Juli 2023).

Untuk bersaing dengan media pemberitaan lain, tidak hanya memerlukan strategi, namun diperlukan juga pengetahuan memahami diri sendiri. Begitupun dengan Inspira TV yang sudah mengetahui kelemahan dari Inspira dalam mengolah maupun menyalurkan beritanya. S2 mengatakan kelemahan dari Inspira TV adalah keterbatasan SDMnya, yang menjadikan Inspira TV kurang cepat dengan media lain dalam menyebarkan beritanya. Namun, hal itu akan terus dioptimalkan oleh Inspira TV.

“Mungkin di sini keterbatasan SDM yang akhirnya kita berita-beritanya tidak semua langsung update, karena ada berita yang kita ambil dari media lain, sehingga ya media lain lebih update dan lebih cepat, jadi mungkin itu kelemahan kita karena sdm-nya masih kurang. Akhirnya kita kalah lebih cepat karena dengan media lain dan itu akan kita terus optimalkan.” (Transkrip Wawancara S2, 20 Juli 2023).

Untuk menarik lebih banyak peminat, inovasi atau gaya baru pun sangat diperlukan. S1 berpendapat akan ada gaya baru dalam berita Inspira di TikTok, yakni dengan menghadirkan berita mengenai lifestyle, wisata, dan kuliner. Sedangkan S2 mengatakan inovasi akan terus dilakukan Inspira TV dan terus melakukan evaluasi setiap bulannya untuk mengetahui kekurangan maupun kelebihan yang dimiliki Inspira TV.

“Tentu ada seperti lifestyle, wisata, kuliner, nanti pasti bakalan jadi warna baru untuk berita Inspira ke depannya.” (Transkrip Wawancara S1, 10 Juli 2023).

“Pasti sih, kalau inovasi kan terus kita lakukan, kita akan evaluasi per3 bulan, per 6 bulan, ternyata followersnya kita berkurang nih, viewers-nya kita kurang, jadi pasti akan kita evaluasi, entah dari sisi beritanya harus lebih update lagi, atau harus lebih cepat lagi, atau dari sisi tampilannya.” (Transkrip Wawancara S2, 20 Juli 2023).

Dalam proses pengolahan beritanya, S1 dan S2 memiliki pendapat yang sama. Mereka menyatakan bahwa informasi yang dibuat pada konten berita pada TikTok akan lebih simpel, langsung ke poin beritanya, atau istilahnya lebih lugas dan jelas supaya bisa lebih dipahami oleh para pengguna TikTok. Hal itu dikarenakan pula karakteristik dari TikTok yang merupakan video berdurasi pendek. “Yang pasti kita buat informasinya sesimpel mungkin, apalagi itu aplikasi TikTok. Karena TikTok itu berdurasi video pendek, jadi kita memanfaatkan karakteristik itu dengan membuat video yang berdurasi pendek. Kalau informasi itu memungkinkan untuk diolah lebih dalam, maka informasi itu bisa sampai secepat mungkin kita akan proses lebih lanjut.” (Transkrip Wawancara S1, 10 Juli 2023).

“Menggunakan bahasa yang lebih simple, lebih sederhana, istilahnya lebih lugas dan jelas. Karena kan dalam caption di TikTok itu terbatas, jadi kita langsung aja to the point, ke beritanya apa, di mana lokasi dan waktunya, jadi akan lebih dipahami oleh pengguna Tik Tok” (Transkrip Wawancara S2, 20 Juli 2023).

Salah satu keunikan dari media sosial TikTok adalah fitur-fiturnya. Bukan hanya sebagai penambah effect ataupun filter, fitur di TikTok juga memungkinkan berita akan lebih mudah tersalurkan kepada para pengguna TikTok. Hal itu pun sesuai dengan yang dikatakan S2, yang mana berita di akun TikTok Inspira ini akan menggunakan fitur hashtag maupun sound untuk memungkinkan beritanya lebih cepat masuk ke halaman beranda para pengguna TikTok.

“Mulai dari hashtag kita pakai, sama background juga, kan kalau di TikTok itu mengenal FYP jadi kita juga menggunakan sound-sound yang dan itu akan memungkinkan konten beritanya itu lebih cepat di masuk ke beranda setiap penggunanya. Paling itu yang utama yang harus diperhatikan oleh yang memposting.” (Transkrip Wawancara S2, 20 Juli 2023).

S1 mengatakan, berita yang disebarakan Inspira TV bersumber dari pada citizen journalism dan kontributor Inspira TV yang turun langsung ke lapangan.

“Kita juga sebenarnya ada beberapa video yang kita repost dari akun-akun lain, lalu kita olah menjadi berita dan di video tik tok nya pun nanti bakalan ada keterangan dari si akun yang kita repost itu, dan juga dari kontributor yang turun langsung ke lapangan, lalu kita publish dan jadilah berita.” (Transkrip Wawancara S1, 10 Juli 2023).



Tabel 1 Tabel Temuan Penelitian Strategi Yang Digunakan Inspira TV Dalam Menyebarkan Berita Melalui MediaSosial TikTok

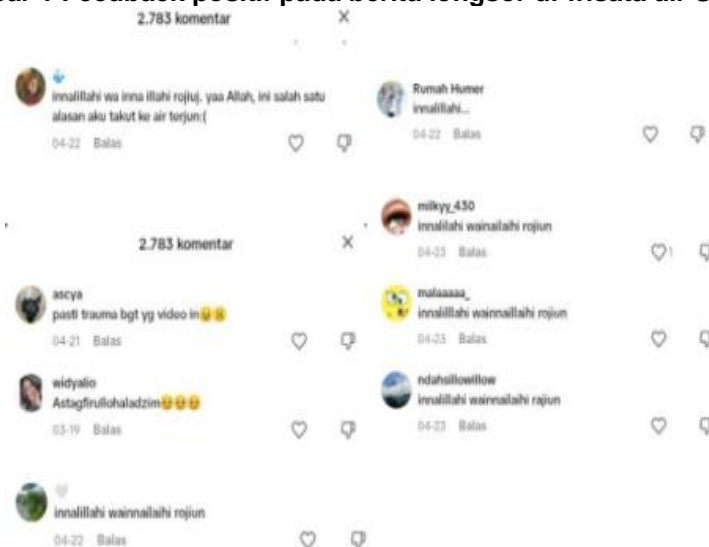
No	Pertanyaan Penelitian	Temuan Penelitian
1	Apa saja strategi yang digunakan Inspira TV untuk bersaing dengan media pemberitaan lainnya	<ul style="list-style-type: none"> - Mengangkat isu-isu terkini (viral) - Mengupdate berita lokal yang tidak semua media berita puya - Konten berita dikemas lebih lugas dan jelas - Menggunakan fitur-fitur TikTok seperti <i>hashtag</i> dan <i>sound</i> - Mengoptimalkan kekurangan yang dimiliki dengan melakukan evaluasi untuk mengetahui kekurangan maupun kelebihan yang dimiliki - Memberikan inovasi atau gaya baru pada berita Inspira TV di TikTok
		-

Opini Atau Komentar Pengguna TikTok Terhadap Konten Berita Terkini Yang Disebarkan Oleh Inspira TV

Pada media sosial TikTok ini, untuk menilai pesan berita yang disebarakan sudah tersampaikan dengan baik atau belum bisa dilihat dari jumlah tayangan, likes, maupun komentar. Begitupun dengan Inspira TV yang merasa pesan berita yang mereka sebarakan di TikTok sudah cukup diterima baik oleh para pengguna TikTok, karena ada beberapa konten berita yang jumlah tayangannya mencapai ribuan. “Sejauh ini sih kami menganggap sudah cukup baik, sejauh ini ya, karena ada beberapa konten yang viewers-nya mencapai ribuan, jadi itu kan satu prestasi ya bagi kita, apalagi kan kita followersnya sudah mencapai 1,2 juta jadi itu menjadi salah satu apa yang kita sampaikan itu nyampe ke followers atau istilahnya ke pengguna TikTok itu.” (Transkrip Wawancara S2, 20 Juli 2023).

Peneliti pun melakukan beberapa observasi terhadap komentar-komentar yang berada di beberapa video berita di akun berita Inspira TV. Jenis feedback yang banyak diberikan oleh pengguna TikTok adalah jenis feedback positif, negatif, dan zero. Sebagai contoh peneliti mengambil konten berita mengenai terjadinya longsor di wisata air Sedudo. Video tersebut telah menerima 7.1 juta tayangan, 308.8 ribu likes, 2783 komentar, 19.0 ribu bookmark, dan 21.6 ribu share. Komentar dalam video berita tersebut bermacam-macam, ada banyak orang yang merasa iba dan langsung memberikan doa supaya korban baik-baik saja. Ada juga yang memberikan komentar bahwa video tersebut sudah lama dan bahkan ada juga yang memberikan koreksi yang lebih tepat untuk keterangan pada beritanya. Dan banyak pula pengguna TikTok yang tertawa bahkan senang dengan musibah yang terjadi pada video berita tersebut.

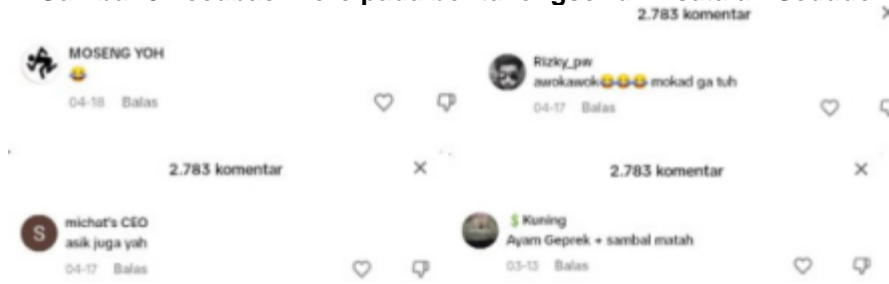
Gambar 1 Feedback positif pada berita longsor di wisata air Sedudo



Gambar 2 Feedback negatif pada berita longsor di wisata air Sedudo

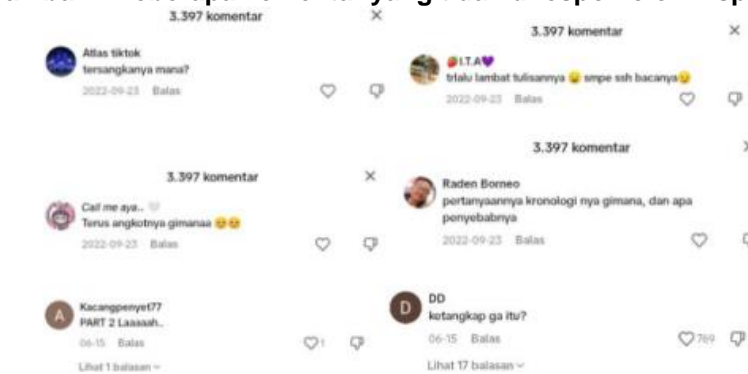


Gambar 3 Feedback zero pada berita longsor di wisata air Sedudo



Dengan adanya kolom komentar pada media sosial TikTok sehingga memudahkan untuk berkomunikasi bukan hanya antara komunikator dan komunikan berita saja, namun antara komunikan pun bisa saling berinteraksi satu sama lainnya. Namun saat peneliti melakukan observasi pada beberapa video di akun berita Inspira TV. Inspira TV terlihat kurang adanya interaktif dengan para pengguna TikTok, sehingga beberapa pertanyaan, request, maupun kritik dan saran kurang direspon oleh Inspira TV sendiri.

Gambar 4 Beberapa komentar yang tidak direspon oleh Inspira TV



Untuk meminimalisir berita hoaks, S1 mengatakan bahwa Inspira TV selalu berhati-hati dalam memproduksi beritanya. Walaupun TikTok lebih bebas dan belum terikat banyak aturan, tapi Inspira TV selalu menjaga validasi informasi beritanya dan diolah menggunakan kaidah jurnalistik.

“Jangankan untuk konten berita ya, kita juga selalu berhati-hati untuk memproduksi berita. Karena pertama, kita lembaga berizin pasti di sosial media ini walaupun cenderung lebih bebas dan belum terikat banyak aturan, tapi lahirnya ada platform media sosial itu kan terlahir dari rahimnya Inspira TV jadi dari TV-nya itu, jadi Inspira TV ini lembaga berizin yang mana kita juga melakukan proses perizinan yang cukup panjang prosesnya, jadi sebagai lembaga TV yang berizin pasti ada pedoman-pedomannya, ada aturan-aturannya, hingga sampai kepada kita akhirnya boleh ke siaran. Nah pedoman-pedoman itulah yang kita jaga yang kita pegang sampai keturunan-keturunannya, termasuk aktivasi di media alternatif TikTok ini, jadi kita cukup untuk memvalidasi informasi-informasi berita yang kita dapat dan diolah dengan kaidah jurnalistik juga, seminimal minimalnya itu sih.” (Transkrip Wawancara S1, 10 Juli 2023).



Tabel 2 Tabel Temuan Penelitian Opini Atau Komentar Pengguna TikTok Terhadap Konten Berita Terkini Yang Disebarkan Oleh Inspira TV

No	Pertanyaan Penelitian	Temuan Penelitian
1	Apa saja jenis komentar yang diberikan pengguna TikTok terhadap berita Inspira TV	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Feedback positif</i> - <i>Feedback negatif</i> - <i>Feedback zero</i>
2	Bagaimana cara Inspira TV meminimalisir berita hoaks	<ul style="list-style-type: none"> - Berhati-hati dalam memproduksi beritanya - Selalu menjaga validasi datanya - Diolah menggunakan kaidah jurnalistik

Perbedaan Antara Penyebaran Berita Terkini Melalui Sosial Media TikTok Dengan Media Konvensional Seperti Televisi Dan Artikel Online

Media pemberitaan pasti merasakan perbedaan antara menggunakan media konvensional dengan media baru dalam menyebarkan beritanya. Begitupun dengan Inspira TV yang merasakan perbedaan baik dari segi kelebihan dan kekurangannya. Seperti S1 yang menyatakan bahwa salah satu kelebihan sosial media TikTok adalah keterjangkauan yang lebih luas, namun biasanya para pengguna TikTok akan langsung menerima berita tersebut tanpa memfilternya sehingga termakan hoaks. Menurut S1, TV masih media alternatif berita yang tepat karena sudah dipercaya validasi datanya sehingga masyarakat tidak perlu khawatir termakan hoaks meskipun dalam proses penyebarannya belum secepat media sosial TikTok.

“Kalau sosial media kelebihannya keterjangkauannya lebih luas lintas negara maupun internasional, tapi kurangnya di sosial media itu informasi itu akan kita telan bulat-bulat, dan kalau kita belum bisa memfilter setiap informasi yang kita dapat itu ya kita akan termakan hoax pastinya. Sedangkan kelebihan TV itu karena televisi menjadi masih menjadi media efektif dan juga salah satu media yang masih dipercaya oleh masyarakat mengenai validitas beritanya itu. Tapi kekurangan TV masih belum secepat media sosial dalam penyebaran informasinya, masih begitu banyak yang harus diolah ketika berita-berita itu masuk.” (Transkrip Wawancara S1, 10 Juli 2023).

Menurut S2, setiap media memiliki kekurangan dan kelebihannya masing-masing. Dari media sosial TikTok yang jangkauannya cepat, namun isi beritanya kurang bisa dimaksimalkan. Televisi yang proses penyebarannya lebih lama, namun isi beritanya bisa dimaksimalkan. Sedangkan berita portal yang tidak dapat memberikan visual lebih banyak, namun isi beritanya lebih bisa dimaksimalkan melalui tulisan.

“Kalau media sosial itu kekurangannya mau nggak mau pasti beritanya tidak full, hanya sekilas lewat aja, kekurangannya itu, jadi tidak bisa kita maksimalkan dalam memposting berita, jadi ya kita harus pandai mengemas kesimpulan dari satu berita itu. Kalau di televisi kan full, dan isi beritanya pun 5W 1h-nya dipakai. Tapi kekurangannya tidak semua pengguna TikTok menggunakan TV maupun sebaliknya. Kalau web juga sama kelebihannya itu bisa maksimalkan kita beritanya secara lugas dan jelas, tapi itu visualnya sedikit.” (Transkrip Wawancara S2, 20 Juli 2023).

Jika dilihat dari keefektifan TikTok dalam menyebarkan informasi berita. S2 berpendapat TikTok efektif untuk menyebarkan berita dikalangan generasi muda z dan alpha. Namun bila dari segi beritanya, S2 mengatakan kurang efektif karena tidak semua berita bisa ditayangkan di TikTok hal tersebut dikarenakan berita yang lebih mudah dan banyak diterima oleh banyak pengguna TikTok adalah berita yang viral.

“Tergantung dari mana kita melihat perspektifnya, kalau misalnya dari kalangan generasi z dan alpha itu efektif ya, tapi kalau misalnya dari sisi berita sebenarnya tidak, karena tidak semuanya bisa kita tayangkan di TikTok dan terbatas juga, jadi sehari misalnya kita punya enam berita tapi kan tidak semuanya bisa kita tayangkan di TikTok karena harus dipilih dulu mana yang viral atau segala macam, padahal sebenarnya informasi itu banyak tapi kalau tidak viral di TikTok juga cuma lewat-lewat aja. Jadi ya tergantung kalau dilihat efektif atau tidaknya tergantung bagaimana kita melihat siapa penggunanya itu.” (Transkrip Wawancara S2, 20 Juli 2023).

S2 juga mengatakan bahwa media sosial TikTok tidak bisa dikatakan sebagai media alternatif dalam menyebarkan beritanya. Karena jika melihat dari beberapa media sosial sebelumnya yang akhirnya sudah tidak populer lagi atau bahkan punah, sehingga apabila ini terjadi pada TikTok akan mengakibatkan history berita Inspira dalam TikTok itu terhapus. Sehingga S2 berpendapat TV masih menjadi media alternatif yang tepat sebagai tempat untuk menyebarkan berita.

“Sebenarnya nggak juga ya, karena kadang kita juga nggak tahu kan sampai kapan media sosial akan ada, karena ada juga media sosial yang akhirnya punah dan history beritanya juga pada akhirnya

hilang. Jadi kalau ditanya cukup atau enggak sih, nggak gitu bagaimanapun juga menurut saya. Kalau media alternatif untuk sementara, baru iya, tapi untuk long lasting nggak, kalo TV baru masih bisa long lasting untuk menyebarkan berita.” (Transkrip Wawancara S2, 20 Juli 2023).

Untuk mengurangi kesalahan dalam menerima informasi, tentunya diperlukan etika jurnalisisme oleh para media pemberitaan. Dan Inspira TV sendiri selalu menggunakan etika jurnalisisme dalam menyebarkan beritanya di TikTok, hal tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan S2. Namun ia juga merasakan kebingungan dengan aturan yang ada di TikTok, karena aturan pada TikTok itu menurutnya sering berubah-ubah. Sehingga Inspira TV pun pernah mendapat pelanggaran dari TikTok itu sendiri.

“Sejauh ini kita mencoba untuk tetap berada di ranah etika jurnalis ya. Misalnya TikTok Itu kan nggak boleh pakai kata-kata contohnya seperti senjata api, ya kita ikuti, kekerasan juga nggak boleh, jadi ranah-ranah yang di media sosial dilarang ya kita ikuti si sejauh ini. Walaupun kita juga pernah kena email pelanggaran, aturan di TikTok juga berubah-ubah gitu, kadang media sosial TikTok ini sensitif banget, tapi kadang juga nggak. Kayak misalnya waktu itu kita upload berita tawuran, nah itu bisa tersebar, tapi ternyata eh kekerasan yang lain, yang menurut kita itu kekerasan yang ga kekerasan banget, tapi itu malah di take down. Jadi ya sejauh ini kita masih tetap mengikuti aturan yang ada, tapi ya begitulah kadang media sosial itu kita nggak tahu, aturan dia juga naik turun naik turun, berubah-ubah.” (Transkrip Wawancara S2, 20 Juli 2023).

Tabel 3 Tabel Temuan Penelitian Perbedaan Antara Penyebaran Berita Terkini Melalui Sosial Media TikTok Dengan Media Konvensional

No	Pertanyaan Penelitian	Temuan Penelitian
1	Perbedaan penyebaran berita antara melalui media sosial TikTok dengan media konvensional	Perbedaan yang dirasa oleh komunikator adalah dari keterjangkauan, proses penyebarannya, dan isi dalam berita pada masing-masing media.
2	Apakah TikTok sudah cukup menjadi media alternatif untuk menarik minat pembaca berita	<ul style="list-style-type: none"> - Dari segi penyebaran berita bagi generasi muda, media TikTok dapat dikatakan efektif - Dari segi isi berita, media TikTok belum bisa dikatakan efektif - Adanya kekhawatiran media TikTok tidak akan populer lagi atau punah Sehingga TikTok sebagai media untuk mengirimkan pesan belum bisa dikatakan sebagai media alternatif.
3	Apakah Inspira TV selalu menggunakan etika jurnalisisme dalam menyebarkan beritanya	Komunikator selalu menggunakan etika jurnalisisme dalam menyebarkan pesannya pada media TikTok. Namun ada kebingungan yang dirasa, dikarenakan aturan pada media TikTok terkadang berubah-ubah

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil paparan dan pembahasan diatas dalam penelitian mengenai “Peranan Media Sosial Tiktok Dalam Menyebarkan Berita Terkini Inspira TV”, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi yang digunakan Inspira TV untuk bersaing dengan media pemberitaan lainnya di TikTok adalah strategi yang digunakan Inspira TV terdapat dalam proses pengolahan informasi yang dibuat secara lugas dan jelas, serta dalam proses implementasinya menggunakan beberapa elemen yang terdapat pada media baru TikTok..
2. Opini atau komentar yang diberikan jika melihat dari beberapa kolom komentar akun berita Inspira TV di TikTok yaitu berupa jenis feedback positif, negatif, dan zero. Cara Inspira TV tetap menjaga kepercayaan terhadap informasi yang mereka sebarkan di akun berita Inspira TV adalah dengan berhati-hati dalam memproduksi beritanya, selalu menjaga validasi datanya, dan diolah menggunakan kaidah jurnalistik.
3. Perbedaan yang dirasa oleh media berita Inspira TV dalam menyebarkan beritanya antara media



konvensional dan media baru TikTok adalah dari keterjangkauannya, proses penyebarannya, dan isi beritanya.

Inspira TV berpendapat media sosial TikTok tidak cukup efektif jika dijadikan sebagai media alternatif untuk menyebarkan beritanya. TikTok dirasa hanya sebagai media alternatif sementara bagi Inspira TV, karena peranan media sosial TikTok dalam menyebarkan berita terkini Inspira TV masih memiliki keterbatasan dan kekurangannya dalam mengolah beritanya. Sama seperti analogi antara transportasi dan media komunikasi menurut Vin Crosbie (2015), bahwa perkembangan media transportasi udara tidak sepenuhnya menggantikan transportasi darat atau laut. Begitu pun dengan pengembangan baru ini, media komunikasi baru tidak sepenuhnya menggantikan interpersonal atau media massa. Namun, itu pasti dan secara nyata akan mengurangi dan membatasi media sebelumnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian peranan media sosial TikTok dalam menyebarkan konten berita Inspira TV, maka peneliti menyarankan,

1. Inspira TV tetap konsisten dengan melakukan strategi yang diuraikan untuk bersaing dengan media lainnya di TikTok dan segera melakukan inovasi yang sudah direncanakan sebelumnya.
2. Inspira TV untuk bisa lebih interaktif lagi khususnya di dalam komentar untuk melakukan interaksi terhadap komunikan supaya adanya daya tarik untuk terus update dengan berita yang Inspira TV.
3. Inspira TV tetap menggunakan media sosial TikTok sebagai media alternatif untuk menyebarkan berita, meskipun TikTok masih dirasa memiliki kekurangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Astri. Sihabudin, Amin. Duku, Sumaina. 2023. Trend Jurnalisme Online Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Jurnalisme Online Dalam Akun Tiktok @Sripoku.com). Palembang, Indonesia : Universitas Islam Negeri Raden Fatah. (2)1. 55-63. ISSN 2828-4194.
- Basch, H. C., Erwina, M. Z., Ferab, Joseph., Jamaica, Christie., Baschc, E. C. 2021. A Global Pandemic In The Time of Viral Memes : COVID-19 Vaccine Misinformation and Disinformation on TikTok. AS : Universitas William Paterson. Vol.12 No. 8.
- Batubara, Juliana. 2017. Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. Padang : UIN Imam Bonjol. Vol.3 No.2. 95-107.
- Crosbie, Vin. 2015. What is New Media?. International Journal of New Media Studies. (1-6). ISSN : 2394-4331.
- Dwina, Jilan. 2021. Fenomena Jurnalisme TikTok di Media Baru. Vol.1 No.2. ISSN 2798-6403.
- Irfan, M. 2022. Aplikasi TikTok Sebagai Media Informasi Berita (Studi Kasus Karyawan Perkebunan Bungara, Kecamatan Bahorok, Langkat). MUKADIMAH : Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-Ilmu Sosial. 6(2). 172-177. ISSN 2614-1159.
- Juditha, Christianity. 2013. Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews). Makassar : Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI). Vol.16 No.3. 145-154.
- Li, Yachao. Guan, Mengfei. Hammond, Paige. & E, Lane. 2021. Communicating Covid-19 Information On Tiktok : A Content Analysis Of Tiktok Videos From Official Accounts Featured In The Covid-19 Information Hub. USA : University of Arkansas.
- Listiyanti, Firnanda Dizza. Ahmadi, Dadi. 2022. Hubungan Antara Tayangan Akun TikTok @Liputan6.com dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Bandung : Universitas Islam Bandung. Vol.2 No.1. ISSN 2828-2167.
- Norhabiba, Fitri. P., R., A., Sukma. 2018. Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya. Surabaya : Universitas 17 Agustus 1945. Vol.7 No.1.
- Prayogo, Febri. 2021. Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media TikTok Terhadap Penyebaran Informasi Berita COVID-19 (Studi Kasus Perilaku Remaja Desa Tanjunganom Kabupaten Purworejo). Jakarta Selatan : Universitas Paramadina. Vol. 2 No.3.
- Prihatsanti, Unika. Suryanto. Hendriani, Wiwin. 2018. Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. Vol.26 No.2. 126 – 136.
- Putri, Kharisma Adelia. 2021. Analisis Bibliometrik : Pengaruh Berita di Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja pada Lingkungan Masyarakat di Indonesia. Sidoarjo : Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Vol.1 No.2.

Rahmat, Saeful, Pupu. 2009. Penelitian Kualitatif. EQUILIBRIUM. Vol.5 No.9. 1-8. Rasiyani, Devi. Deni, Fatra Indira. Rozi, Fakhur. 2022. Efektivitas Akun TikTok Dalam Menyajikan Pemberitaan Media Massa di Kalangan Remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara. Sumatera Utara : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Vol.1 No.12. ISSN 2809-8544.

Rey, N. C. M., Herrero, V. J., & Garcia, L. X. 2022. Blurring Boundaries Between Journalists and TikTokers : Journalistic Role Performance on TikTok. Spanyol : Universidade de Santiago de Compostela. Vol.10(1). 146-156. ISSN 2183-2439.