

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media baru berdasarkan pada media yang memiliki platform baru karena sifat konvergensi media cetak, visual, dan audio sekaligus menampilkan tingkat interaktivitas yang tinggi secara bersamaan. Media baru sebagai hasil dari kemajuan teknologi, yang memainkan peran utama dalam membentuk dinamika masyarakat saat ini.

Dimana di era digital seperti sekarang, perkembangan teknologi terus berinovasi, salah satunya adalah perkembangan media massa. Komunikasi yang digunakan melalui media massa seperti radio, koran, televisi, handphone dan media lainnya. Salah satunya adalah menggunakan platform media sosial sebagai sebagai alat untuk komunikasi, bahkan menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat. Media sosial ialah wadah yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan lancar didalamnya. Media sosial yang merupakan media online membantu masyarakat berinteraksi satu sama lain dengan menggunakan teknologi yang membuat komunikasi interaktif (Media Mahasiswa, 2018).



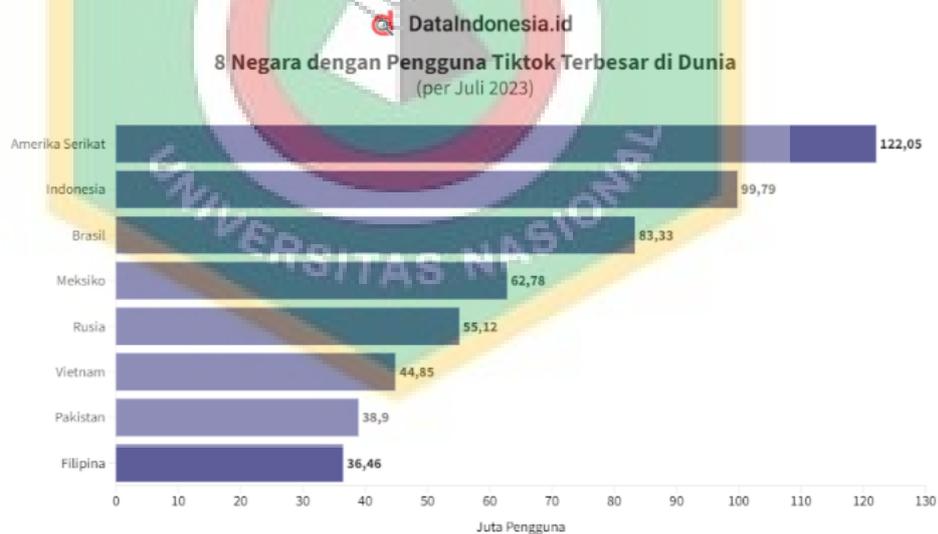
Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (2015-2023)

Laporan We Are Social menunjukkan bahwa pada Januari 2023, 167 juta orang di Indonesia aktif menggunakan media sosial, atau 60,4% dari total

penduduk. Setiap hari, orang Indonesia menghabiskan 3 jam 18 menit bermain media sosial, dan menjadi yang tertinggi kesepuluh di dunia (Data Indonesia, 2023).

Berdasarkan data di atas, dengan banyaknya pengguna aktif media sosial di Indonesia, membawa banyak perubahan di berbagai bidang, termasuk jurnalisme. Dimana cara penyampaian pesan melalui media sudah banyak berubah, sehingga para jurnalis dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam konteks dunia digital yang berkembang. Salah satunya menggunakan media sosial sebagai unsur distribusi konten, yang kemudian konten tersebut memiliki dampak dan berbagai platform, seperti aplikasi Facebook, Youtube, Twitter, Whatsapp, dan TikTok (Guswendi, 2022).

Dalam artikel di DataIndonesia.id, TikTok merupakan salah satu aplikasi yang paling banyak digemari saat ini, TikTok mampu menjadi salah satu aplikasi sosial media terpopuler yang terbukti pada website databoks.katadata.co.id di bulan Juli 2023, dimana pengguna akun TikTok di Indonesia menduduki peringkat kedua di dunia dengan 99,79 juta orang pengguna.



Gambar 1. 2 Negara Pengguna TikTok Terbesar di Dunia

TikTok adalah aplikasi asal Tiongkok milik perusahaan ByteDance. Aplikasi TikTok menjadi viral pada akhir tahun 2019, dimana menghadapi awal masuknya Covid-19 di Indonesia. TikTok adalah situs media sosial yang

menggunakan video, dimana penggunanya bisa menyampaikan ide kreatifnya dengan membuat konten video menggunakan handphone. Selain menjadi media sosial hiburan, saat ini TikTok juga beralih fungsi sebagai media penyampaian informasi dan penyebaran berita. TikTok merupakan media yang memberikan dampak positif lainnya seperti sumber informasi dan berita. Salah satunya adalah Kompas.com yang memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media penyebaran berita dan informasi dengan akun TikTok @kompascom.

Kompas.com sendiri aktif dan menggunakan media sosial lainnya seperti Instagram, Youtube, dan TikTok untuk mendistribusikan konten pemberitaannya. Namun peneliti memilih TikTok karena TikTok Kompas.com memiliki jumlah followers paling banyak yaitu berjumlah 3,8 juta followers dibandingkan dengan Instagramnya yang berjumlah 1,9 juta followers, dan untuk Youtube yang memiliki 3,43 juta followers. Berita yang dipublikasikan oleh kompas.com meliputi bidang politik, ekonomi, hiburan, teknologi dan bidang lainnya. Bukan hanya membagikan link yang terhubung ke website, namun konten juga dikemas secara menarik agar pengguna TikTok mendapatkan berita yang informatif dan menghibur.



Gambar 1. 3 Profile Akun TikTok @Kompas.com

Pada gambar di atas merupakan profil akun TikTok Kompas.com dengan jumlah pengikut sebesar 3,8 juta dan memiliki total 85,8 juta likes terkait konten berita yang disajikan. Setiap berita atau tayangan yang diunggah

pada akun TikTok @kompascom selalu menarik ribuan bahkan ratusan pengguna TikTok, yang dimana pengguna sosial media bisa mengakses dimanapun dan kapanpun. Akses siaran TikTok juga datang dari banyak kalangan dan berbagai macam kategori umur.

Melihat saat ini masyarakat sudah jarang membaca surat kabar (koran), dan menonton tv, karena dengan mudahnya akses internet dan media sosial memudahkan masyarakat untuk mendapatkan sebuah informasi dan berita, salah satunya melalui platform media sosial, terutama TikTok yang saat ini menjadi platform media sosial yang populer dikalangan banyak orang. Sehingga dengan membuka aplikasi TikTok berita dapat mudah didapatkan serta mengikuti akun media berita apa yang ingin kita cari. Hal tersebut membuat media informasi memanfaatkan platform TikTok untuk menyebarkan beritanya seperti media-media besar di Indonesia yaitu Liputan6com, Detik.com, CNN Indonesia, Kompas.com dan juga masih banyak lagi.



Gambar 1. 4 Beberapa akun media pada TikTok

Selain itu alasan peneliti memilih akun TikTok Kompas.com berdasarkan pada gambar di atas akun @kompascom mempunyai lebih banyak pengikut dengan jumlah 3,8 juta pengikut, dibandingkan dengan akun TikTok media berita lainnya, seperti akun @liputan6com dengan jumlah 2,8 juta

pengikut, akun @detikcom dengan jumlah 2,0 juta pengikut, akun @cnnindonesia dengan jumlah 857,0 ribu pengikut.

Berbagai kemasan berita *hardnews* dan *softnews* disajikan oleh Kompas.com dalam platform TikTok. Hal ini bertujuan untuk menjangkau audiens lebih banyak serta memberikan berita aktual dan memerangi berita *hoax*.



Gambar 1. 5 Tangkapan layar berita yang disajikan pada platform TikTok

Gambar di atas merupakan salah satu dari pengemasan berita yang dibuat oleh Kompas.com dan dibagikan melalui platform TikToknya. Pada berita tersebut, Kompas.com menyajikan tanggapan Presiden Jokowi terhadap debat capres yang sempat heboh karena saling serang. Berita tersebut dikemas dalam bentuk audiovisual dengan menghadirkan langsung video tanggapan Jokowi terhadap pertanyaan dari wartawan mengenai debat capres, lalu ditambahkan dengan tulisan berita, penambahan subtitle, serta penambahan link artikel pada video tersebut. Berita yang dibagikan itu mampu mencapai 6,6 juta penonton.

Kompas.com merupakan media online yang terus mengikuti kemajuan teknologi dengan cara memanfaatkan platform TikTok dalam membagikan sebuah berita dan informasi dengan memiliki jumlah pengikut 3.8 juta. Oleh karena itulah, maka peneliti mengangkat judul penelitian ini

“Pemanfaatan Akun TikTok Kompas.com Sebagai Media Penyebaran Informasi” dimana peneliti akan mengkaji bagaimana pemanfaatan akun TikTok dan konten informasi yang disajikan oleh Kompas.com.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana pemanfaatan akun TikTok Kompas.com sebagai media penyebaran informasi?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan dalam melaksanakan penelitian, yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pemanfaatan akun TikTok Kompas.com sebagai media penyebaran informasi.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu banyak penelitian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya penyebaran berita melalui TikTok. Penelitian ini bisa menjadi bahan informasi bagi pembaca referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai masukan bagi Kompas.com sebagai media penyampaian informasi khususnya di TikTok.
- b. Sebagai referensi ilmiah yang dapat digunakan untuk kepentingan penelitian selanjutnya.

1.5. Sistematikan Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini mencakup penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematikan

penulisan dalam penyusunan Skripsi tentang Pemanfaatan Akun TikTok @Kompas.com Sebagai Media Penyebaran Informasi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan pengertian atau konsep dan memuat teori yang digunakan peneliti sebagai dasar untuk pembelajaran yang terjadi di lapangan dengan konsep yang terdapat di dalam buku.

BAB III METODOLGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan metode yang akan digunakan di dalam penelitian, pendekatan yang digunakan selama penelitian dan analisis data di dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai profil perusahaan, TikTok Kompas.com, hasil penelitian, hasil observasi dan wawancara pemanfaatan akun TikTok @kompas.com, dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.

