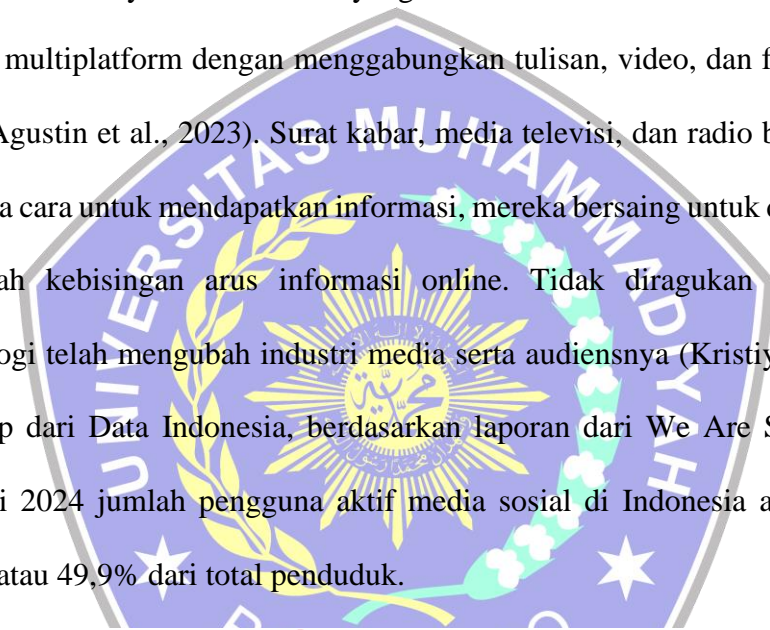


BAB I

PENDAHULUAN

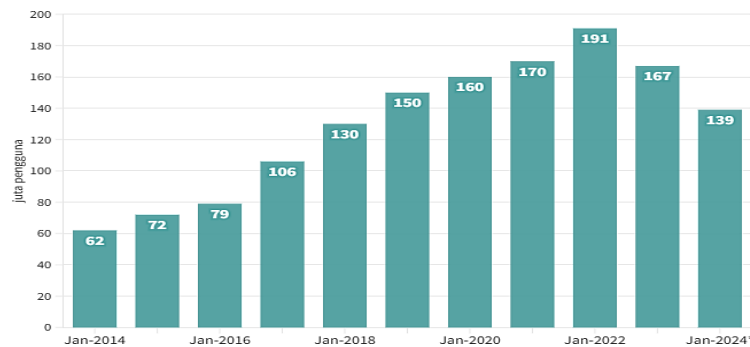
A. Latar Belakang

Kemunculan dan popularitas media sosial untuk penyebaran informasi dan berita merupakan dampak nyata dari perubahan teknologi, salah satunya yaitu dengan adanya platform media sosial, yang mendapatkan perhatian luas dalam konteks ini. Banyak media berita yang saat ini diharuskan untuk dapat beralih secara multiplatform dengan menggabungkan tulisan, video, dan foto menjadi satu (Agustin et al., 2023). Surat kabar, media televisi, dan radio bukan satu – satunya cara untuk mendapatkan informasi, mereka bersaing untuk diperhatikan ditengah kebisingan arus informasi online. Tidak diragukan lagi bahwa teknologi telah mengubah industri media serta audiensnya (Kristiyono, 2022). Dikutip dari Data Indonesia, berdasarkan laporan dari We Are Social, pada Januari 2024 jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia ada 139 juta orang atau 49,9% dari total penduduk.



 DataIndonesia.id

**Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia
(2014-2024)**



Sumber: We Are Social
*menggunakan metode penghitungan baru

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial

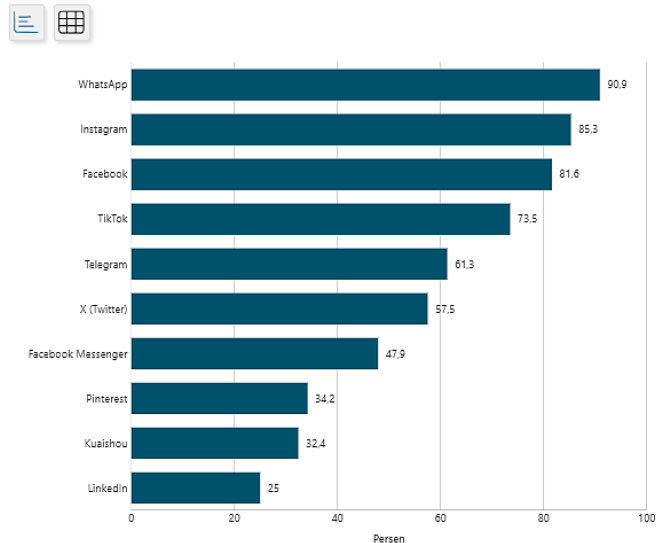
(Sumber: Data Indonesia)

Dari fakta tersebut, menunjukkan bahwa banyaknya pengguna media sosial yang telah mengubah industri, termasuk jurnalisme. Kecepatan dan kemudahan akses informasi melalui media sosial menjadikannya sumber berita utama bagi banyak orang. Media telah mengalami banyak perubahan dalam penyampaian pesan, yang menuntut para jurnalis untuk tetap kreatif dan inovatif di dunia internet yang berkembang. Berbagai jenis platform media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter dan yang tengah populer yaitu TikTok.

Popularitas TikTok beberapa tahun terakhir berhasil mencuri perhatian masyarakat, sehingga banyak media memanfaatkan peluang yang ada. TikTok sendiri merupakan bentuk nyata dari media baru yang lahir di era society 5.0 yang dimana masyarakat dan informasi tak terpisahkan lagi. TikTok dikenal sebagai platform untuk berbagi video pendek, yang kini telah berkembang menjadi salah satu alat komunikasi yang efektif untuk berbagai tujuan, termasuk dalam dunia jurnalistik. Berdasarkan kutipan dari Databoks, pada tahun 2024, TikTok menempati posisi ke empat dari sepuluh platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia. Meskipun TikTok berada di posisi keempat dalam jumlah pengguna di Indonesia, TikTok telah menunjukkan pertumbuhan pengguna yang sangat cepat dalam waktu singkat, menunjukkan potensi besar untuk terus berkembang dan mungkin bahkan menggeser platform-platform yang saat ini berada di posisi lebih tinggi

10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet* di Indonesia (Januari 2024)

databoks



Gambar 1.2 Data Posisi TikTok

Format video pendek dan berbagai fitur interaktif seperti filter, efek suara, dan tantangan memberikan peluang unik untuk mengekspresikan diri dan berpartisipasi dalam tren global. Algoritma TikTok yang canggih mampu mempelajari preferensi pengguna dan menyajikan konten yang relevan dan menarik. Ini membuat pengguna terus terlibat dan kembali ke platform. TikTok menawarkan banyak aspek menarik untuk diteliti, baik dari segi teknologinya, pengaruh budayanya, hingga dampak sosialnya. Hal ini membuat TikTok menjadi pilihan yang relevan dan signifikan untuk penelitian.

TikTok pertama kali diluncurkan secara resmi pada September 2016 oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok bernama ByteDance. Aplikasi yang telah berkembang pesat dan muncul di Indonesia ini sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) pada tahun 2018. Pemblokiran dilakukan karena dianggap menghasilkan konten yang bersifat

negatif, terutama untuk anak – anak. Namun pemblokiran tersebut hanya bersifat sementara dan akan kembali dibuka setelah konten – konten ilegal diperbaiki dan dibersihkan dari pihak TikTok. Dikutip dari Data Indonesia berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna TikTok di Indonesia pada Januari 2024 mencapai 126,83 juta orang. Angka tersebut mengalami kenaikan 19,1 persen dari 106,52 juta orang pada tiga bulan sebelumnya.

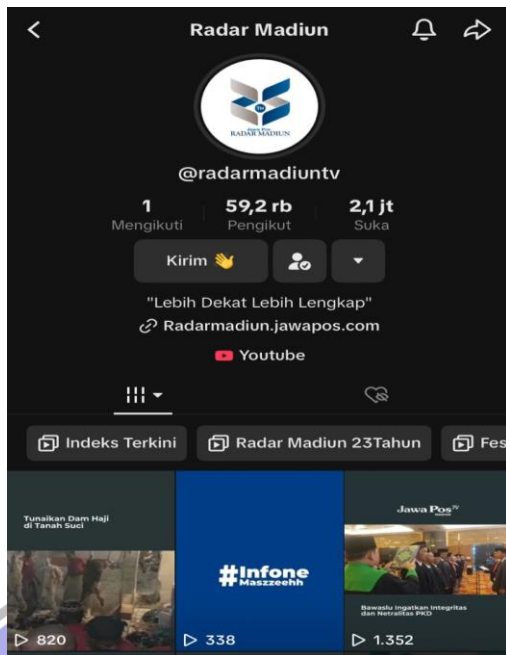


Gambar 1.3 Data Pengguna TikTok

Dengan demikian, TikTok sangat baik dalam menyampaikan informasi secara singkat, visual, menarik dan up to date, yang membuatnya lebih mudah dicerna oleh audiens yang tidak memiliki waktu atau kesabaran untuk membaca artikel atau menonton video yang lebih lama. Namun, kendala utama TikTok sebagai sumber berita adalah kemungkinan menyebarkan informasi yang salah (*hoax*) atau tidak akurat. Seringkali karena durasi video terbatas, pengguna harus mengurangi kompleksitas masalah dan menghilangkan konteks penting.

Akibatnya, pengguna harus tetap kritis dan waspada serta mencari informasi tambahan dari sumber yang dapat dipercaya sebelum membuat kesimpulan.

Salah satu media lokal yang telah memanfaatkan TikTok sebagai media penyebaran berita dan informasi ialah Radar Madiun dengan akun *@radarmadiuntv*. Radar Madiun merupakan sebuah industri media massa surat kabar harian dibawah naungan Jawa Pos yang terbit di Jawa Timur. Radar Madiun berdiri sejak tahun 1992, yang menyajikan informasi seputar wilayah Madiun, Ponorogo, Pacitan, Ngawi dan Magetan. Pada saat penelitian ini dilakukan, akun TikTok *@radarmadiuntv* memiliki jumlah pengikut sebanyak 59,2 ribu dan juga 2,1 juta penyuka. Akun ini menyajikan berita tentang berbagai topik, seperti politik, ekonomi, dan lain sebagainya. Konten di akun *@radarmadiuntv* dirancang untuk memberikan pengguna TikTok berita yang informatif, menghibur dan juga sebagai alat pendidik serta sumber informasi untuk mendukung aktivitas jurnalistik. Kini, semua orang tidak perlu susah payah lagi mencari berita. Dengan menggunakan media sosial, terutama TikTok yang kini menjadi platform media sosial yang populer dikalangan khalayak luas, mendapatkan berita dilakukan dengan membuka aplikasinya dan memfollow akun media berita yang kita cari.



Gambar 1.4 TikTok Radar Madiun

Namun, dalam menggunakan TikTok untuk menyebarluaskan berita, @radarmadiuntv juga harus mempertimbangkan bagaimana cara membuat konten berita yang inovatif dan menarik, menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan engagement dengan publik, dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan etika jurnalistik. Konten berita yang inovatif dapat meningkatkan minat dan perhatian pengguna, serta meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang berita yang diberikan. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @radarmadiuntv DALAM MENCIPTAKAN KONTEN BERITA YANG INOVATIF”**. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori *Social Construction of Technology* (SCoT).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis penggunaan media sosial TikTok oleh *@radarmadiuntv* dalam menciptakan konten berita yang inovatif?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial TikTok oleh *@radarmadiuntv* dalam menciptakan konten berita yang inovatif.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu membantu perkembangan jurnalistik dan memberikan pengetahuan baru tentang penggunaan media sosial TikTok dalam menciptakan konten berita yang inovatif.

2. Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan lembaga yang terlibat selama proses penelitian, baik media yang terlibat, universitas, maupun bagi jurusan peneliti dan dapat digunakan sebagai referensi dan gambaran bagi penelitian selanjutnya.