

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Media Baru (*new media theory*)

Dengan berkembang pesatnya teknologi, adanya media-media baru yang muncul sudah bukan lagi hal yang perlu diherankan. Banyak yang berlomba-lomba berinovasi menciptakan aplikasi baru yang dapat bermanfaat dan ramai digunakan oleh pengguna dunia internet setiap harinya. Adanya aplikasi atau media yang lebih mudah, nyaman bahkan asik saat digunakan inilah yang membuat pengguna internet lebih sering menghabiskan waktu dengan gadgetnya. Hal ini membuat para peneliti mengemukakan teori media baru atau media yang berbeda dengan media konvensional, dimana teori ini membahas tentang bagaimana media baru yang tercipta dapat membentuk masyarakat dan menciptakan efek yang berbeda oleh penggunaannya. Teori – teori baru yang hadir ini tercipta sebagai salah satu bukti bahwa teknologi terus tumbuh setiap harinya, menghasilkan sesuatu yang merupakan hasil versi baru dari tahun-tahun sebelumnya, media-media konvensional bahkan ter-upgrade menjadi media yang lebih modern.

Salah satu teori yang penulis gunakan untuk penelitian ini yaitu teori media baru atau *New Media*, merupakan istilah yang dipakai untuk semua bentuk media komunikasi massa yang berbasis teknologi komunikasi dan informasi, media baru

yang memiliki ciri tersebut adalah internet (Vivian, 2008). Teori media baru hadir karena lahirnya internet dan berfungsinya internet sebagai salah satu alat komunikasi antar manusia. Dimana adanya internet ini kita dapat berkomunikasi dengan orang lain secara lebih mudah, kita bahkan mampu berinteraksi dengan orang-orang baru tanpa harus bertemu terlebih dahulu.

Menurut Miles, Rice dan Barr dalam *Media: an introduction 3rd edition* (Flew, 2008) new media merupakan suatu media yang merupakan hasil dari integrasi maupun kombinasi antara beberapa aspek teknologi yang digabungkan, antara lain teknologi computer dan informasi, jaringan komunikasi serta media dan pesan informasi digital. Kombinasi antar aspek teknologi yang dapat menghasilkan suatu aplikasi atau media baru dapat mempermudah antar sosial dalam hal berkomunikasi.

New media merupakan media yang menawarkan digitisation, convergence, interactivity, dan development of network terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuan menawarkan interaktifitas ini yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media (Flew, 2002). Bagaimana suatu media baru ini memberikan fasilitas untuk berinteraksi antar sesama manusia tanpa harus bertemu, menawarkan bagaimana digitalisasi telah hadir di dalam dunia komunikasi serta bagaimana perkembangan dari teknologi.

Pierre Levy adalah peneliti yang mengembangkan teori media baru ini mengemukakan bahwa teori media baru yakni teori yang membahas tentang

perkembangan media. Terdapat 2 pandangan dalam teori ini menurut Pierre Levy, 2 pandangan tersebut yaitu ;

1. Pandangan interaksi sosial, yaitu membedakan media menurut kedekatannya dengan model interaksi tatap muka. Karena Pierre Levy memandang *world wide web* (www) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis yang dapat memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru. Sehingga adanya interaksi sosial didalam media baru adalah hal yang umum. Dimana model interaksi tatap muka secara langsung merupakan model interaksi konvensional, maka dari itu yang membedakan model media baru ini adalah dimana media baru tersebut mampu menciptakan ruang untuk antar penggunanya dalam hal berinteraksi, lebih fleksibel dan terdapat ruang untuk mendapat informasi secara terbuka.
2. Pandangan integrasi sosial. Pandangan integrasi sosial adalah pendekatan yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat dengan menyuguhkan kita beberapa bentuk masyarakat dan memberikan kita rasa saling memiliki (Solomon, 2011:52).

2.1.2 Media Sosial

Sosial media adalah situs sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu system (Henderi, 2007:3). Kemudahan berkomunikasi didukung dengan lahirnya platform-platform sosial media seperti *facebook*, *Instagram*, *youtube*, *whatsapp*, *twitter*, dan masih banyak lagi.

Karakteristik media sosial dibagi menjadi 6 bagian yaitu, *Network* (Jaringan), *Information* (Informasi), *archive* (arsip), *interactivity* (interaksi), *simulation of society* (simulasi sosial), dan *user-generated content* (konten oleh pengguna) (Nasrullah, 2016:15). Adanya 6 karakteristik ini maka dapat dengan mudah diketahui oleh penikmat teknologi apakah suatu aplikasi atau website termasuk dalam kategori media sosial atau bukan.

Fungsi media sosial menurut Puntodi (2011:5) yaitu ; *Pertama*, dalam membangun personal branding tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audiensi yang menentukan. Selain berkomunikasi sosial media juga dijadikan tempat untuk berdiskusi dan memberi sebuah popularitas. *Kedua*, adanya kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, dengan menawarkan suatu konten komunikasi yang bersifat individual. Hal ini dapat membuat para penjual dapat mengetahui kebiasaan atau sifat dari konsumennya serta dapat

melakukan sebuah interaksi secara personal agar dapat membangun ketertarikan yang mendalam.

2.1.3 Jurnalisme Online

Serba instan, kini menjadi kesukaan banyak orang. Hal yang lebih mudah dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa harus ribet. Bahkan benda bernama handphone ini sangat disukai oleh orang-orang saat ini, pembuat handphone bahkan berlomba – lomba untuk mengeluarkan jenis atau versi baru dari handphone setiap bulannya, dengan menawarkan fitur – fitur yang menarik dan bahkan dapat mempermudah pengguna bend aini dalam melakukan sesuatu. Adanya kecanggihan dan bertumbuhnya versi gadget setiap hari, maka beberapa bidang pun harus mampu mengikuti perkembangan tersebut. Salah satunya bidang jurnalistik, bagaimana bidang ini berkonvergensi dari yang bersifat konvensional menjadi lebih modern. Berita yang dulunya dicetak dan dibaca didalam benda yang disebut koran, didengarkan melalui radio, dan ditonton melalui televisi kini berubah menjadi jurnalistik online yang tanpa radio, tanpa televisi bahkan tanpa koran atau majalah pun masyarakat dapat mengetahui apa yang sedang terjadi hari ini melalui gadget. Jurnalisme online ini dapat diakses melalui website portal berita, atau bahkan dari akun sosial media dari suatu portal berita, social media yang umum diketahui seperti facebook, twitter, Instagram dan bahkan pengguna gadget yang menikmati berita juga bisa menonton melalui youtube serta aplikasi yang sedang ramai saat ini yaitu TikTok. Melalui social media dan platform – platform tersebut tentu

saja penikmat berita yang memiliki gadget bisa mengakses berita kapanpun dan dimanapun secara cepat.

Dalam jurnal *View of Bukan Hanya Situs Berita: Ikhtisar dan Tren Jurnalisme Online Indonesia* oleh Titis Nurwulan Suciati dan Ratna Puspita menyebutkan bahwa Deuze (2003) menyatakan jurnalisme online merupakan jurnalisme yang diproduksi secara eksklusif untuk world wide web sehingga secara fungsional berbeda dari jurnalisme jenis lain. Karakteristik utama dari jurnalisme online yang membuat jurnalisme ini berbeda dengan jurnalisme lainnya adalah hipertekstualitas, multimedia, dan interaktivitas (Deuze, 2003). Hipertekstualitas sendiri adalah tulisan/kalimat yang saling terhubung melalui tautan atau link. Lalu maksud dari multimedia yang disebutkan disini menurut Deuze (2003) adalah yang pertama merujuk pada bagaimana perusahaan dari suatu media mengintegrasikan ruang berita yang menjadi ciri mereka dengan media baru atau website. Hal kedua yaitu, merujuk dari kombinasi informasi yang ditawarkan di dalam format yang berbeda. Yang terakhir yakni interaktivitas, menurut Deuze (2003) interaktivitas pada media lama akan muncul kepada audiens dengan karakteristik pasif, berbeda dengan jurnalisme online yang bersifat komunikatif karena audiens dapat melakukan interaksi atau turut berpartisipasi dan mengontrol konten dari pengguna internet sehingga muncul komunikasi yang bersifat dua arah.

2.1.4 TikTok

Aplikasi ini resmi dirilis pada September 2016 dikenal di negara asalnya dengan nama Douyin. Aplikasi ini dibuat oleh Zhang Yiming, yang merupakan lulusan Universitas Nankai jurusan *software engineer*. Aplikasi ini lalu dikembangkan oleh perusahaan yang Yiming dirikan pada Maret tahun 2012 bernama ByteDance. Aplikasi TikTok ini memiliki banyak fitur, seperti berikut :

1. Tampilan home saat membuka aplikasi ini terdapat 2 bagian yaitu, following dan ForYourPage (FYP). Pada page following, video-video yang akan muncul yaitu video yang diupload oleh akun yang sudah kita ikuti (follow). Lalu pada page atau halaman ForYourPage, video-video yang muncul adalah video rekomendasi atau berhubungan dengan video atau hastag yang kita cari sebelumnya.
2. Ikon search (discover). Pada ikon ini kita dapat mencari video atau hal yang ingin kita lihat, mencari hastag atau melihat beberapa video rekomendasi dari akun-akun yang sudah terverifikasi.
3. Ikon plus didalam kotak yang berada di tengah ini merupakan ikon untuk membuat video. Jadi jika pengguna ingin membuat video maka hal yang perlu dilakukan adalah dengan men-klik ikon tersebut.
4. Ikon inbox (pesan). Ikon ini digunakan untuk melihat notifikasi aktifitas pada akun, serta mengirim dan menerima pesan dari pengguna lain.
5. Ikon terakhir yang terletak dibagian bawah halaman adalah ikon profil. Dimana kita sebagai pengguna bisa melihat profil akun TikTok milik kita.

6. Like. Ikon berbentuk hati yang berada disebelah samping kanan ini bisa kita temukan disaat kita sedang menonton suatu video, ikon ini digunakan saat kita menyukai video tersebut.
7. Ikon profile dari akun yang mengupload video yang kita lihat.
8. Setelah itu ada ikon reply. Dimana kita bisa memberikan komentar atau pendapat mengenai video yang kita lihat.
9. Ikon share. Dimana kita bisa membagikan, mendownload dan berduet dengan video tersebut.

2.2 Kerangka Pemikiran

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini, peneliti menggunakan teori New Media. Yang mana aplikasi TikTok sebagai salah satu dari media baru sedang memiliki banyak peminat akhir-akhir ini. Sehingga banyak portal berita yang membuat akun TikTok agar tetap mengikuti tren saat ini, salah satu akun yang akan peneliti bahas yaitu akun @Tribunnews, dimana akun @Tribunnews memiliki koneksi dengan google analytics sehingga mampu mengetahui topik hangat yang sedang dibicarakan disetiap daerah, dengan hal ini akun TikTok @Tribunnews menyajikan konten berita lokal disamping konten berita nasional. Dengan penjabaran tersebut peneliti menggambarkan analisis jurnalisme online pada aplikasi TikTok @Tribunnews.

Bagan kerangka pemikiran