

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK JATIM TIMES DALAM
AKTIVITAS JURNALISME DIGITAL**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



OLEH:

FRANZESKA ANISA TAMUR

NIM 2018230073

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG**

2022

**Franzeska A. Tamur, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK, 2022
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK JATIM TIMES DALAM
AKTIVITAS JURNALISME DIGITAL**

Dosen Pembimbing Utama : Heru Prasetya Widodo, S.Ap., M.Si.

Dosen Pembimbing Pendamping : Latif Fianto, S.I.Kom., M.I.Kom.

RINGKASAN

Dalam hal penyebaran informasi, portal berita media online Jatim TIMES tidak hanya mengandalkan website yang dimilikinya, melainkan memanfaatkan berbagai media perantara, yakni penggunaan platform media sosial seperti TikTok. Ini karena tidak hanya prevalensi penggunaan media sosial yang tinggi, tetapi juga koneksi yang kuat ke komunitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana platform media sosial TikTok Jatim TIMES dimanfaatkan dalam kegiatan yang berkaitan dengan jurnalisme digital.

Penelitian ini menggunakan wawancara dengan berbagai pihak, antara lain Pemimpin Redaksi, Wakil Pemimpin Redaksi, Pengelola Media Sosial, dan Pengelola Konten Kreator. Investigasi ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dalam hubungannya dengan gagasan Jurnalisme Digital. Teknik pengumpulan data terdiri dari wawancara serta pembuatan dokumentasi.

Di era teknologi digital saat ini, jurnalis telah merambah ke media sosial. Penggunaan platform media sosial memungkinkan informasi di temukan, dikumpulkan, di saring, dan disebarluaskan. TikTok digunakan oleh media online Jatim TIMES untuk menemukan ide cerita yang dapat menarik minat pembaca, sekaligus menjalin *engagement* dengan pembaca, dan mendistribusikan berita kepada pembaca berupa teks, gambar, audio, atau video. TikTok juga memungkinkan media online Jatim TIMES untuk mencari tambahan informasi terkait informasi yang banyak dikonsumsi masyarakat.

Kata Kunci: Media Online, Jurnalisme Digital, TikTok

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Terlepas dari gelombang pasang informasi yang muncul akibat revolusi 4.0, media massa merupakan sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sosial yang ada di zaman modern ini. Setelah reformasi selesai, undang-undang tersebut diperbarui untuk memasukkan langkah-langkah yang antara lain memberikan perlindungan bagi media massa. Tidak dapat disangkal fakta bahwa semua informasi yang dimiliki audiens yang besar diterima dari berbagai bentuk media arus utama. Karena dampak sejarah dari kemajuan manusia secara keseluruhan, evolusi media massa hingga saat ini telah mengalami banyak perubahan yang berfluktuasi sepanjang sejarahnya. Metode yang digunakan orang untuk berkomunikasi memiliki dampak sejarah yang sangat panjang sebagai akibat dari pergeseran sifat media massa yang sangat substansial.

Media cetak dan elektronik pada awalnya dipisahkan sebagai kategori yang berbeda di dalam media massa itu sendiri. Media cetak meliputi publikasi seperti majalah, koran atau surat kabar, *tabloid*, dan publikasi sejenis lainnya, sedangkan media elektronik mencakup platform seperti radio, televisi, film, dan platform sejenis lainnya. Namun demikian, dunia teknologi saat ini sedang mengalami masa perubahan yang cepat, khususnya di bidang informasi dan komunikasi. Pergeseran ini selalu diikuti oleh pengenalan penemuan-penemuan baru yang memperkuat teknologi yang dikembangkan sebelumnya. Keberadaan internet yang telah dimanfaatkan oleh berbagai macam masyarakat pengguna merupakan bukti kemajuan teknologi yang telah dicapai dalam bidang informasi dan komunikasi. Ekspansi internet berlangsung sangat cepat dan memiliki banyak manfaat, baik secara teknis maupun operasional, maupun sosial, karena internet memberikan kontribusi yang signifikan bagi masyarakat, terutama dalam cara penyebaran berita. Keuntungan ini dapat dibagi menjadi tiga kategori: teknis, operasional, dan sosial. Manfaat tersebut dapat dibagi menjadi tiga kategori secara teknis, operasional, dan sosial (Situmeang, 2020:11).

Telah terjadi perubahan cara penyampaian informasi sebagai akibat dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, yang dimungkinkan dengan munculnya internet. Tindakan penyebarluasan informasi setara dengan praktik jurnalistik dalam melakukan berbagai kegiatan. Di zaman kita sekarang, penyebaran informasi dilakukan lebih cepat, dan diperoleh oleh audiens yang besar secara lebih tepat waktu. Hal ini menunjukkan betapa signifikannya revolusi teknologi berdampak pada jurnalisme, yang mengakibatkan transformasi konsep jurnalisme tradisional untuk digunakan di era digital. Mereka juga mulai menemukan kembali diri mereka sendiri melalui konsep konvergensi media berbasis internet, seperti halnya media cetak, radio, dan televisi tradisional.

Ada hubungan yang kuat antara evolusi jurnalisme dan perkembangan teknologi media. Gagasan jurnalisme tradisional secara bertahap mulai memasukkan komponen yang memanfaatkan kemampuan yang ditawarkan oleh teknologi digital. Melalui proses digitalisasi, informasi dapat diubah dari bentuk analog yang terdapat di media massa menjadi format digital dengan tetap mempertahankan kemasan yang sama. Dalam konteks jurnalistik, istilah “konvergensi media” mengacu pada konsep jurnalisme digital yang lebih menekankan pada tahapan transmisi informasi dengan menggunakan kumpulan teknologi media digital. Fase saat ini dalam evolusi teknologi komunikasi yang dikenal dengan era digital, memasukkan konvergensi sebagai salah satu komponen penting. Istilah “konvergensi” mengacu pada penyatuan berbagai teknologi di ranah media, seperti cetak, televisi, telepon, dan komputer (Fauzi, 2021).

Konvergensi, sementara itu, telah membawa pergeseran metodologi praktik jurnalisme di tingkat jurnalis. Wartawan dituntut untuk memiliki kemampuan mengkomunikasikan informasi dengan menggunakan berbagai media dalam waktu yang bersamaan, antara lain teks, audio, dan video. Dalam skenario ini, aspek jurnalistik perlu diorientasikan kembali, dan jurnalis serta aktivitasnya dituntut untuk melakukannya. Di zaman sekarang ini, jurnalis harus mengubah pendekatan mereka terhadap manajemen media sesuai dengan perubahan teknologi dan harapan pembacanya. Fenomena konvergensi media mengakibatkan munculnya istilah

“serbaguna” yang mengacu pada kapasitas dan keahlian jurnalis untuk menggunakan perangkat multimedia dalam pelaporan dan produksi jurnalisme. Tata kelola ruang redaksi diubah sebagai akibat dari konvergensi. Pergeseran ini terjadi akibat perlunya peningkatan koordinasi dan integrasi yang ditimbulkan oleh proses jurnalisme digital (Fauzi, 2021).

Di zaman sekarang ini, "jurnalisme" dapat merujuk pada berbagai hal yang berbeda, seperti "jurnalisme multimedia" atau "jurnalisme internet". Ungkapan "jurnalisme digital" tampaknya paling banyak digunakan saat menggunakan definisi ini. "Jurnalisme digital" digunakan untuk merujuk pada berbagai jenis jurnalisme yang memanfaatkan berbagai jenis media digital. Penting untuk diingat bahwa istilah "jurnalisme digital" tidak hanya mengacu pada jurnalisme yang menggunakan sumber daya yang disediakan oleh Internet dan jaringan seluler, tetapi juga berlaku untuk media televisi dan radio digital. Ini adalah perbedaan utama. Selain itu, tindakan pengiriman informasi dengan memanfaatkan media internet berupa gabungan karya tulis, rekaman audio, dan video dengan tujuan agar pengguna internet dapat mengambil kembali berita yang dipublikasikan sebelumnya merupakan definisi lain dari jurnalisme digital. Definisi ini dapat ditemukan di artikel "Apa Itu Jurnalisme Digital?". Menurut interpretasi lain, jurnalisme digital mengacu pada pemanfaatan media digital oleh jurnalis selama proses pelaporan. Istilah “media digital” mengacu pada media sosial dan publikasi cetak online, seperti *e-paper* dan surat kabar online (Fauzi, 2021).

Tidak diragukan lagi bahwa ada payung hukum yang mencakup semua bentuk operasi jurnalistik, termasuk yang pada akhirnya akan dipublikasikan melalui media cetak, elektronik, dan online. Tujuan penelitian ini adalah untuk memastikan bahwa bentuk jurnalisme tersebut dapat berfungsi seefektif mungkin. Hal ini tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, yang menyebutkan bahwa pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melakukan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, mengolah, dan menyampaikan informasi berupa tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik, serta dalam

bentuk lain dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 juga menyebutkan bahwa pers adalah lembaga sosial dan wahana massa. Selain itu, Pasal 2 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 menegaskan bahwa media adalah lembaga sosial dan sarana yang digunakan wartawan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas (Nurlatifah, 2018).

Peraturan yang mengatur Pers di Indonesia tidak hanya mencakup beberapa saluran yang tersedia dalam bentuk cetak dan elektronik, tetapi juga melindungi pers untuk media penyiaran, seperti televisi dan radio, serta pers untuk media online. Ini melibatkan perlindungan pers untuk semua bentuk media penyiaran. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa radio dan televisi sama-sama dianggap sebagai jenis media penyiaran. Maraknya media online merupakan salah satu wujud pertumbuhan teknologi digital di era modern. Munculnya teknologi digital memberikan pengaruh yang signifikan pada sektor media, yang mengakibatkan menjamurnya media online. Sejumlah besar orang di dunia saat ini suka mendapatkan pengetahuan tentang apa saja melalui penggunaan media online. Mereka menggunakan mesin pencari seperti Google dan portal berita untuk menemukan berita yang memenuhi kebutuhan mereka akan informasi. Istilah “jurnalisme online” mengacu pada praktik menggabungkan jurnalisme tradisional dengan kemampuan teknologi komunikasi yang lebih *modern* (dalam hal ini internet). Jurnalisme dalam bentuk media online merupakan jenis pemberitaan yang dapat diakses melalui pemanfaatan internet (Situmeang, 2020:11). Menurut Weiss, keberhasilan program jurnalistik digital pertama di Meksiko yang dijalankan oleh *animal politico* telah memberikan dorongan bagi pertumbuhan media internet di Meksiko. Hal ini karena para jurnalis di Meksiko dapat bekerja sama untuk melakukan investigasi di berbagai negara, beberapa di antaranya adalah Kolombia, El Salvador, Guatemala, dan Brazil (Angelia, 2017).

Menurut temuan kajian yang dilakukan Dewan Pers dan Universitas Moestopo pada tahun 2021, media internet merupakan wadah yang digunakan masyarakat umum sebagai wadah untuk mengakses dan memperoleh informasi yang benar. Penelitian ini

didanai oleh Dewan Pers. Menurut riset bertajuk “Public Trust in Mainstream Media 2021”, bentuk media yang paling dipercaya adalah platform online dengan nilai 32,51 persen, disusul layanan televisi dan streaming dengan nilai 18,13 persen, lalu YouTube yang memiliki nilai 10,51 persen (Widarini et al., 2021:73). Sebagai hasil dari pengakuan Indonesia terhadap potensi media online, yang, dibandingkan dengan bentuk-bentuk tertentu dari media massa yang mapan di negara ini, menarik jumlah pengikut yang jauh lebih besar, perusahaan media terpaksa bersaing satu sama lain untuk mengembangkan pendekatan inovatif untuk portal berita media online.

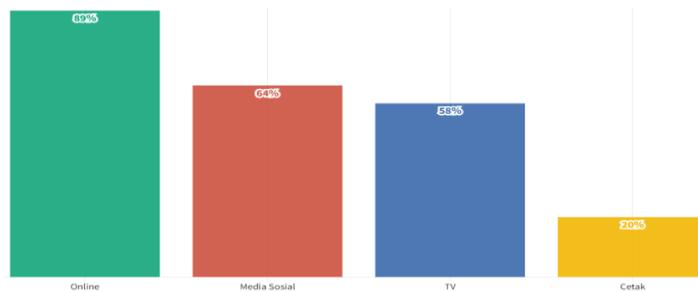
Berbicara tentang “media online”, mengacu pada setiap dan semua bentuk media yang didistribusikan melalui telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Media online dapat digunakan untuk merujuk pada berbagai jenis media, seperti email, radio online, televisi online, situs web (termasuk blog dan media sosial seperti Facebook dan Twitter), (Romli, 2018: 35). Kajian ini akan berkonsentrasi pada media online berupa website, dengan perhatian khusus pada website berita sebagai fokus utamanya (media online berita). Hal ini dikarenakan situs berita merupakan jenis media online yang paling sering digunakan dalam operasional jurnalistik kontemporer.

Karena pesatnya kemajuan teknis global, semakin banyak organisasi media yang dipaksa untuk berinovasi dengan menyelidiki teknologi baru. Kehadiran media online di Indonesia pada awalnya terjadi pada masa pemerintahan Soeharto digulingkan. Media dan berita terbaru adalah contoh komoditas yang menarik banyak pembaca karena menyediakan cara tambahan bagi masyarakat umum untuk mendapatkan informasi. Dari situlah muncul contoh pertama media online yang kemudian menjadi perhatian luas oleh Detikcom pada 9 Juli 1998. Di bidang jurnalistik, penggunaan situs berita sejauh ini merupakan bentuk media internet yang paling lazim. Sesuai dengan namanya, situs berita atau dikenal juga dengan portal informasi merupakan gerbang informasi yang menyediakan akses ke berbagai atribut fasilitas teknologi online serta berita yang ada di dalamnya (Rahman & Prasetya, 2018).

Menurut kajian yang baru-baru ini dipublikasikan di Jurnal Dewan Pers, sudah ada lebih dari 43.300 media online yang beroperasi di negara Indonesia (Lia, 2022).

Saat ini, masyarakat Indonesia menempatkan kepercayaan dan ketergantungan terbesar pada media digital itu sendiri sebagai sumber berita utama mereka. Sebanyak 89% responden di tanah air akan memperoleh berita melalui media online pada tahun 2021, sebagaimana data yang bersumber dari survei yang dirilis *Reuters Institution*. Tempat berikutnya dalam daftar adalah situs media sosial. Alasannya, di antara mereka yang menjawab dari Indonesia, 64% mengatakan bahwa mereka memperoleh berita dari situs ini. Kemudian ada responden di Indonesia, dan mereka merupakan 58% dari mereka yang memperoleh berita dari televisi. Meskipun hanya 20% responden yang memperoleh beritanya melalui media cetak seperti surat kabar dan majalah, namun sumber-sumber tersebut tetap sangat penting (Mahdi, 2022).

Gambar 1 Sumber Berita Utama Masyarakat Indonesia



Sumber: Reuters Institute, 2021

Tidak heran jika masyarakat Indonesia menaruh kepercayaan yang tinggi terhadap sumber informasi yang tersedia melalui media online. Oleh karena itu, tidak heran jika media online memberikan keuntungan atau kemudahan tertentu bagi masyarakat yang menggunakan layanannya. Pengguna umumnya dapat mengantisipasi bahwa mereka akan selalu memiliki akses ke informasi terbaru karena media online memungkinkan tersedianya aliran informasi yang stabil. Berbeda dengan harus menunggu hitungan menit, jam, atau hari seperti yang terjadi pada media elektronik maupun media cetak, setiap dan semua peristiwa atau kejadian yang terjadi di lapangan langsung terpublikasi di media website yang tersedia secara online. Karena itu,

mempercepat transmisi informasi ke pasar yang dapat diakses dalam skala dunia karena jaringan internet, dan secara bersamaan dan luas menggabungkan informasi ini dalam bentuk statistik dan fakta, bukan cerita. Karena penyampaian informasi berlangsung tanpa jeda dan hanya bergantung pada kapan pengguna ingin melihatnya, tampilan real-time ini tidak berdampak pada prime time (Rahman & Prasetya, 2018). Pembaca dan pengguna lebih siap untuk sampai pada kesimpulan mereka sendiri mengenai informasi yang mereka butuhkan. Melalui penggunaan media online, setiap pembaca memiliki kemampuan untuk secara selektif mengekstraksi informasi yang berkaitan dengannya dan menghilangkan materi yang tidak berguna untuk kebutuhannya. Oleh karena itu, pengguna bertugas memilih informasi dan sensor yang digunakan (*selfcontrol*) (Rahman & Prasetya, 2018).

Sebelum internet berkembang menjadi seperti sekarang dengan kecepatan yang begitu cepat, masyarakat umum diharuskan membeli media cetak seperti koran atau majalah untuk mendapatkan informasi, khususnya berita. Hari ini, bagaimanapun, ada sejumlah besar portal berita media online. Dengan kemajuan teknologi di dunia sekarang ini, informasi dapat dengan cepat diakses melalui banyak website yang pada dasarnya sama dengan mengakses informasi melalui berbagai media online. Publik di Indonesia paling banyak mengonsumsi media online, dengan CNN Indonesia berada di urutan ketiga, diikuti oleh Kompas online dan Detikcom. Posisi pertama dipegang oleh Detikcom yang disusul oleh Kompas online. Jika disediakan, penduduk setempat akan menggunakan hingga 65% detikcom, diikuti oleh 48% Kompas Online, dan 35% CNN Indonesia, jika angka ini bisa dipercaya. Reuters Institute melakukan jajak pendapat untuk menyusun studi ini tentang keadaan lanskap media massa, *Digital News Report 2022*. Temuan ini didasarkan pada *survey* yang dilakukan oleh *Reuters Institute* (Pahlevi, 2022).

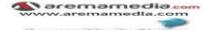
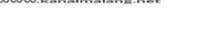
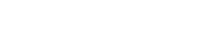
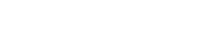
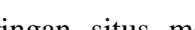
Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang memiliki media sendiri, sehingga media online besar di Indonesia tidak sama dengan media dari provinsi tersebut. Salah satu daerah di Indonesia dengan kepadatan penduduk tertinggi juga merupakan rumah bagi sejumlah besar media online. Ada puluhan media online yang

tersebar di seluruh Jawa Timur, seperti yang ditunjukkan oleh informasi yang dihasilkan oleh Dewan Pers. Pergeseran dari media tradisional di Jawa Timur ke media internet lokal, khususnya di Malang Raya, saat ini sedang dalam proses implementasi. Malang Raya merupakan kota terpopuler kedua di Jawa Timur, setelah ibukota daerah Malang. Selain itu, Malang terkenal dengan banyak julukan, antara lain “Kota Bunga”, “Kota Apel”, “Kota Pendidikan”, “Kota Wisata”, dan “Kota Militer” (Pratiwi, 2022). Sementara itu, dewan pers telah memberikan izin operasional kepada lebih dari belasan portal berita media online di Malang Raya. Ini adalah sektor ekonomi yang dikhususkan untuk media. Salah satu website ini disebut sebagai TIME Jawa Timur.

Website JatimTIMES.com yang mencakup media online dan berita merupakan contoh portal berita online yang ada di Malang. PT Jatim Times Network (JTN), yang menyediakan informasi berita Jawa Timur yang menciptakan, menginspirasi, dan berpikir positif berdasarkan jurnalisme positif, adalah perusahaan media online berjejaring terkemuka di Jawa Timur dan memegang posisi nomor satu. PT Jatim Times Network (JTN) menyediakan informasi berita yang menciptakan, menginspirasi, dan berpikir positif berdasarkan jurnalisme positif. PT Jatim Times Network (JTN) adalah penyedia informasi berita yang berfokus pada jurnalisme positif dan bertujuan untuk menghasilkan pemikiran positif, inspirasi positif, dan kreasi positif. Perusahaan ini hadir di semua kota besar di Jawa Timur, terutama di MalangTIMES. Pada suatu ketika, website yang dulu dikenal dengan nama MalangTIMES ini berada di urutan 291 dalam daftar website menurut Alexa Rank. Berkat pencapaian tersebut, MalangTIMES berhasil meraih status sebagai peringkat pertama di antara media-media di Malang Raya. Alexa adalah sumber informasi tentang statistik lalu lintas (*traffic*), yang menampilkan peringkat global sebuah situs web. Informasi ini dapat diakses di situs web mereka. Sistem peringkat memperhitungkan jumlah individu yang mengunjungi situs web (atau situs web) yang dimaksud. Dimungkinkan untuk memastikan tidak hanya jumlah keseluruhan orang yang mengunjungi situs web tetapi juga negara asal mereka (Izzah, 2018). Pemeringkatan ini juga menjadikan perusahaan JTN, khususnya MalangTIMES,

sebagai media online paling terkemuka di Malang Raya. Ini karena Alexa digunakan untuk menilai seberapa populer sebuah website di dunia maya. MalangTIMES sangat menonjol dalam hal ini.

Gambar 2 Ranking Alexa Web pada Media Malang Raya

 www.malangtimes.com	 www.malangtoday.net	 www.ngopibareng.id
291	322	374
 www.faktualnews.co	 www.klikopa.com	42.009
 www.ti.co.id	 www.kita.id	50.629
 www.beritajatim.com	 www.jurnalmalang.com	54.077
 www.timesindonesia.co.id	 www.onlinenade.co.id	57.117
 www.jatinow.com	 www.arenamedia.com	66.415
 www.jatimtimes.com	 www.arenamediaonline.com	67.757
 www.malang-post.com	 www.timesmalang.com	70.850
 www.radarmalang.id	 www.adamalang.com	112.994
 www.bangsaonline.com	 www.politikamalang.com	138.830
 www.nicalaw.com	 www.kampus.com	149.969
 www.infokampus.org	 www.malangnews.com	156.952
 www.malangvoice.com	 www.mediamalang.com	164.000
 www.bhirawabhirawa.com	 www.malangpost.com	209.669
 www.malangguidance.com	 www.malangchannel.com	
 www.suarajatimpost.com	 www.nolita.com	
 www.nasional24.com	 www.wartamalang.com	
 www.tiruha.com	 www.arenamediaonline.com	
 www.batetimes.com	 www.pojokmalang.com	
 www.eventmalang.net	 www.malangspot.com	
 www.kotakota.id	 www.prokota.com	
 www.kanalmalang.net		
41.149		

Sumber: Alexa, 2018

Situs yang tergabung dalam jaringan situs media online ini menduduki peringkat teratas dalam pemeringkatan media online Malang Raya pada 27 Oktober 2018 lalu. Radar Malang (radarmalang.id) dan Malang Post (malang-post.com). Sebaliknya, Radar Malang versi online mendapatkan rating 4.958, sedangkan Malang Post edisi online mendapat rating 4.885 di Alexa. Menurut informasi yang diberikan Alexa, pengunjung TIMES Malang cukup banyak berasal dari negara lain selain Indonesia. Amerika Serikat, Malaysia, Singapura, dan Hong Kong hanyalah beberapa negara yang warganya rutin membaca publikasi online ini. Hal ini berdasarkan statistik dari *Google Analytics* periode 25 Juni hingga 25 Juli 2018 yang mengungkapkan bahwa terdapat 1,2 juta pengguna MalangTIMES. Jumlah pembaca MalangTIMES sudah mencapai 1 juta lebih (Arifah, 2018). Selain itu, menurut data Alexa Rank tahun

2020, MalangTIMES terus mempertahankan posisi nomor satu meskipun telah meraih peringkat yang lebih tinggi dari sebelumnya. Lebih jelasnya, majalah ini kini menempati posisi 241 dalam peringkat Alexa Indonesia per 5 Oktober 2020. Surat kabar online lainnya, seperti New Malang Pos dan Kabarmalang.com, masing-masing saat ini menempati posisi kedelapan dan kesembilan di kategori Malang Raya, dan memiliki peringkat masing-masing 26.580 dan 29.690 (Wansyah, 2020).

Gambar 3 Peringkat Media di Malang Raya berdasarkan Alexa



Sumber: Alexa, 2020

Perlu diketahui, berdasarkan wawancara peneliti dengan *General Manager* JatimTIMES, *platform* media online MalangTIMES.com telah menjadi media paling terkemuka di Malang dan diakui oleh Kominfo. Ini adalah sesuatu yang harus dipertimbangkan. Selain itu, ini dianggap sebagai saluran yang efisien untuk bekerja dengan orang-orang yang berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda. Selain itu, organisasi berita ini bersama lima puluh organisasi berita lainnya telah mengirimkan undangan resmi ke Jakarta untuk berhubungan dengan Kominfo pusat.

Menurut Kilgo dan rekan-rekannya, media *modern* harus mampu menyesuaikan diri dengan keadaan baru dan mengikuti kemajuan teknologi jika ingin menghindari kehilangan audiensnya. Pembaca dan perusahaan media sama-sama terpaksa memanfaatkan saluran online untuk mengkonsumsi dan menyebarkan berita,

serta menarik pemirsa. *Platform* ini memudahkan untuk berbagi konten, memberikan umpan balik, dan menyukai postingan orang lain. Menurut penelitian yang dilakukan oleh *The Tow Center for Digital Journalism* dan berdasarkan temuan dari Bullard (2015), "Organisasi berita melakukan ini karena mereka memahami bahwa pembaca mereka telah beralih ke *platform* tersebut. Selain itu, mereka percaya bahwa jejaring sosial akan membuat pembaca lebih aktif terlibat".

Hal yang sama dapat dikatakan tentang kemajuan teknologi, yang secara konsisten menghasilkan penemuan-penemuan baru. Dalam hal menyebarkan informasi, *JatimTIMES.com* tidak hanya mengandalkan website yang dimilikinya melainkan memanfaatkan beberapa media perantara tambahan, seperti Instagram dan *platform* media sosial lainnya. Salah satu situs media sosial yang dimanfaatkan *JatimTIMES* untuk menyebarluaskan berita adalah TikTok yang saat ini cukup populer di kalangan pengguna berbagai platform media sosial yang berbeda.

Menurut laporan yang diterbitkan oleh perusahaan riset pasar aplikasi bernama Sensor Tower, aplikasi video kreatif yang dikembangkan oleh *ByteDance* dan merupakan salah satu aplikasi paling populer di Indonesia dan global adalah aplikasi non-game kedua yang diunduh oleh sejumlah besar orang. Aplikasi ini menduduki peringkat kedua sebagai aplikasi *non-game* terpopuler jumlah total pengguna, yaitu lebih dari 1,5 miliar antara gabungan *Google Play* dan *App Store*. Peringkat ini ditentukan berdasarkan jumlah pengguna yang mengunduh aplikasi tersebut. Aplikasi ini merupakan aplikasi *non-game* kedua yang menduduki peringkat aplikasi terpopuler baik di Indonesia maupun internasional. Kedua penghargaan ini diberikan kepada aplikasi. Selain itu, pendapatan TikTok juga naik menjadi US\$176,9 juta (kira-kira sebanding dengan Rp 2,4 triliun), dan ini mewakili 71% dari seluruh pendapatannya sejak pertama kali diperkenalkan, yaitu US\$247,6 juta (sekitar setara dengan Rp. 3,4 juta triliun). Selain itu, TikTok adalah aplikasi penghasil pendapatan terbesar ketujuh yang bukan merupakan game.

Peneliti menganggap aplikasi ini sebagai salah satu media yang menimbulkan banyak kontroversi di Indonesia sejak pertama kali dihadirkan di sana. Hal ini

dikarenakan tidak hanya menjadi *platform* media sosial yang banyak disukai baik di Indonesia maupun di dunia, tetapi juga banyak digunakan saat ini. Sejak 2017, TikTok telah tersedia di Indonesia namun demikian, pada saat pengajuan itu dianggap menjijikkan dan ditolak oleh publik Indonesia. Saat aplikasi resmi dilarang Kementerian Komunikasi dan Informatika pada Juli 2018, tingkat penolakan mencapai puncaknya. Lebih dari tiga ribu laporan masyarakat diterima Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2018 terkait konten tidak pantas yang dapat dilihat di aplikasi TikTok. Laporan tersebut mendorong Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk melarang akses ke program TikTok. Selain itu, laporan yang disampaikan masyarakat umum diberikan kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika. Kekhawatiran juga muncul terkait banyaknya konten tidak pantas yang dapat diakses di TikTok, yang berasal dari Kementerian Perlindungan Perempuan dan Anak dan Komisi Perlindungan Anak Indonesia. Konten ini dapat ditemukan di kedua situs web organisasi ini. Beberapa konten ini termasuk pornografi, asusila, dan pelecehan terhadap orang yang berbeda keyakinan. Evolusi TikTok yang awalnya masuk ke Indonesia pada tahun 2017, kemudian sempat dilarang oleh Kominfo pada tahun 2018, akhirnya membuat TikTok menjadi budaya yang marak di Indonesia pada tahun 2020. media untuk menyampaikan informasi kepada banyak orang (Hasiholan et al, 2020).

Di zaman sekarang ini, masyarakat Indonesia telah mengubah media sosial menjadi salah satu bentuk media yang wajib dimiliki oleh setiap perusahaan. Karena media sosial merupakan salah satu bentuk media baru yang mampu memadukan dan mencocokkan berbagai bentuk materi, seperti teks, suara, foto, dan video, dengan menggunakan teknologi yang membedakannya dengan media konvensional, media sosial mampu memadupadankan cocok dengan semua jenis konten yang berbeda ini. Misalnya, teks dapat digabungkan dengan suara, foto dapat digabungkan dengan video, teks dapat digabungkan dengan foto dan video dapat digabungkan dengan teks (Tresnawati & Prasetyo 2018). Orang-orang dalam bisnis mulai menyesuaikan strategi mereka dalam menanggapi fenomena yang terjadi saat ini. Misalnya, yang terjadi

adalah perusahaan-perusahaan di industri media, baik cetak maupun elektronik, mengalihkan fokusnya untuk memanfaatkan media sosial. Salah satunya adalah media online JatimTIMES yang memanfaatkan platform media sosial TikTok sebagai media perantara dalam proses penyebaran informasi. Hal ini dilakukan karena penggunaan media sosial cukup tinggi dan juga terhubung dengan masyarakat. Portal berita online Jatim TIMES memanfaatkan sejumlah perkembangan inovatif, termasuk yang satu ini. Kemajuan yang signifikan saat ini sedang dibuat dalam perluasan media sosial di antara semua segmen masyarakat, termasuk orang tua, remaja, dewasa, dan bahkan individu yang lebih muda yang cukup melek, termasuk anak-anak muda yang cukup mengerti untuk menggunakannya. Menurut temuan survei yang dilakukan *We Are Social* pada tahun 2020, jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 175,4 juta. Jumlah orang yang memanfaatkan internet meningkat 17% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yang setara dengan tambahan 25 juta orang. Temuan ini menunjukkan bahwa 64 persen orang Indonesia, yang sedikit lebih dari separuh populasi jika dihitung berdasarkan total populasi Indonesia, yaitu 272,1 juta orang, pernah menggunakan internet di beberapa titik dalam hidup mereka. Jumlah penduduk Indonesia adalah 272,1 juta orang. Persentase penduduk di Indonesia yang menggunakan internet dan berusia 16 hingga 54 tahun yang juga memiliki telepon seluler adalah 96%, sedangkan persentase penduduk yang menggunakan internet yang juga memiliki *smartphone* adalah 93%. Menurut temuan survei ini, jumlah orang di Indonesia yang kini aktif di media sosial bisa mencapai 160 juta. Berdasarkan kesimpulan studi yang dilakukan oleh *We Are Social*, jumlah masyarakat Indonesia yang rutin menggunakan berbagai platform media sosial sudah melampaui angka 10 juta. TikTok, YouTube, Instagram, Facebook, dan WhatsApp hanyalah sebagian kecil dari platform media sosial yang mengalami peningkatan popularitas yang signifikan di kalangan pengguna internet di Indonesia. Selain itu, TikTok adalah salah satu situs jejaring sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia (Haryanto, 2020).

Ekspansi platform media sosial telah menghasilkan terciptanya berbagai cara jurnalisme di Indonesia, terutama yang terkait dengan proses memperoleh informasi,

menghasilkan informasi, dan menyebarkan informasi (Hamna, 2017). Salah satu kebutuhan paling mendasar bagi setiap orang saat ini adalah akses ke berbagai bentuk media. Ini karena orang-orang di seluruh dunia memiliki kebutuhan yang tak terpuaskan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses ke berbagai jenis pengetahuan. Pengguna internet memiliki kemampuan untuk mewakili diri mereka sendiri, serta terhubung, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan secara virtual mengembangkan ikatan sosial, dengan memanfaatkan *platform* media online yang termasuk dalam kategori "media sosial". *Platform* ini dapat ditemukan di internet (Nasrullah, 2016).

Saat ini, media sosial merupakan komponen penting baik dalam penyiaran berita maupun aksesnya (Herrero, 2019). Pengenalan media sosial ke dalam bidang jurnalistik telah menghasilkan sejumlah pergeseran, salah satunya adalah peningkatan partisipasi anggota masyarakat umum atau audiens dalam proses pelaporan. Audiens di media sosial sangat mudah, dan siapa saja yang menggunakannya bebas untuk memberikan ide, kritik, suara pemikiran, bahkan menyebarkan informasi kepada orang lain yang juga menggunakan media sosial. Jika dibandingkan dengan media tradisional, media sosial ditandai dengan sifat kecepatan tinggi dalam hal pengumpulan dan penyebaran informasi. Penyebaran informasi dalam berbagai format, baik audio, visual, maupun video teks, juga menjadi kemampuan tambahan media sosial (Nasrullah 2016).

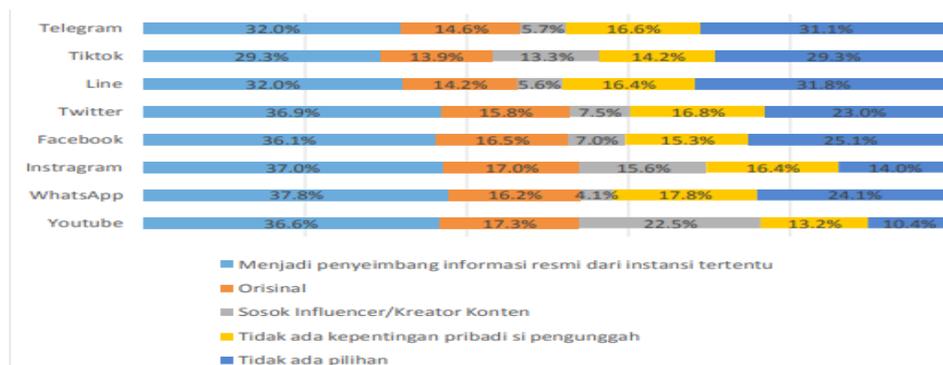
Gambar 4 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: We Are Social, 2020

Dalam hal penyebaran informasi, pemanfaatan media sosial dapat menjadi strategi untuk menawarkan informasi resmi alternatif yang disebarluaskan oleh organisasi media online atau portal berita tertentu. Hal ini terlihat dengan melihat proporsi masing-masing jenis media sosial, salah satunya yang dimanfaatkan oleh JatimTIMES yaitu platform media sosial TikTok yang memiliki tingkat kepercayaan masyarakat sebesar 29,3 persen. JatimTIMES menggunakan TikTok.

Gambar 5 Faktor Media Sosial Dipercaya



Sumber: Dewan Pers & Universitas Prof. Dr. Moestopo, 2021

Menurut pernyataan Buffett dalam Yusuf (2020:2) bahwa generasi milenial bukanlah generasi pembaca, anak muda di era milenial saat ini cenderung menolak konten yang panjang dan bertele-tele. Hal ini terlihat dari fakta bahwa generasi milenial bukanlah generasi pembaca. Hal ini terlihat dari pengamatan bahwa generasi milenial bukanlah generasi yang dikenal gemar membaca. Kalaupun terpaksa membaca, mereka lebih cenderung membaca pesan-pesan singkat, seperti yang dimuat dalam grafik informasi dan berita internet. Masyarakat umum akan lebih mudah mendengarkan dan mengikuti informasi yang disediakan oleh portal berita media online jika menggunakan platform media sosial TikTok. Di zaman teknologi yang semakin maju pesat ini, TIMES Jawa Timur tetap menarik minat pembaca meski hanya terbit secara online. Selain itu, salah satu alasan Jatim TIMES dan TikTok dipilih sebagai objek penelitian

adalah karena keunikannya. Hal ini karena kegiatan jurnalistik baru-baru ini bergerak atau kemajuan telah dicapai melalui penelitian tentang dunia media sosial. Awalnya, satu-satunya cara kami mengetahui aktivitas jurnalistik adalah melalui media cetak, web, dan elektronik; kami belum terbiasa dengan media sosial. TikTok yang dulunya hanya digunakan untuk aktivitas video untuk diri sendiri atau orang lain, kini dapat digunakan dengan hal-hal baru yang muncul dari tahun-tahun sebelumnya tetapi belum pernah ada sebelumnya. Kebaruan ini tidak pernah ada di masa lalu. Perubahan cukup revolusioner di dunia saat ini. Bahkan TikTok.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pertanyaan yang diajukan untuk merumuskan masalah adalah, “Bagaimana jurnalisme digital dapat memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok Jatim Times?”

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan topik penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki dan menganalisis bagaimana *platform* media sosial TikTok Jatim TIMES digunakan dalam kegiatan yang relevan dengan jurnalisme digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut dan untuk berkontribusi pada kemajuan pengetahuan, khususnya di bidang organisasi media, yang dapat menginterpretasikan teknologi yang ada untuk membantu bidang jurnalistik khususnya yang relevan dengan bidang ini. Selain itu, dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut dan untuk memberikan kontribusi bagi kemajuan ilmu pengetahuan. Selain itu, dapat menjadi referensi untuk penelitian tambahan, yang akan berkontribusi pada

pengembangan ilmu pengetahuan dan membantu meningkatkan bidang tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktisi

Memberikan kepada jurnalis dan anggota organisasi media lain beberapa contoh nyata tentang bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai saluran penyebaran informasi atau berita, dan jelaskan manfaat potensial yang dapat dihasilkan dari melakukannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Amar. 2013. Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi (Analisis pada Sejumlah Situs Islam). *Jurnal Perkommas*, 16 (3): 177-186.
- Angelia. 2017. *Praktik Penggunaan Instagram Dalam Aktivitas Jurnalisme: Studi Kasus Pada Detikcom*. Tesis tidak diterbitkan. Tangerang: FIK. UMN.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arifah, Wahida. Rahmania. 2018. *Puncaki Alexa di Malang, MalangTIMES Jauh Ungguli Media Online Lain (Online)*, (<https://jatimtimes.com/baca/176125/20180725/134500/puncaki-alexadimalang-malangtimes-jauh-ungguli-media-online-lain>), diakses 21 Juli 2022.
- Azman. 2018. Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi, 1(1). (Online), (<https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/view/2759/2499>), diakses 25 Juni 2022.
- Bahri, Andini. Nur. 2019. *Diktat Jurnalistik Online, (Online)*, (<http://repository.uinsu.ac.id/8259/1/Diktat%20Jurnalistik%20Online.pdf>), diakses 25 Mei 2022.
- Bahri, Andini. Nur. 2020. *Diktat Jurnalistik, (Online)*, (<http://repository.uinsu.ac.id/9194/1/Diktat%20Jurnalistik%20revisi.pdf>), diakses 26 Mei 2022.
- Bandur, Agustinus. 2014. *Penelitian Kualitatif: Metodologi, Desain, dan Teknik Analisis Data dengan NVivo 10*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bosch, Tanja. 2010. Digital journalism and online public spheres in South Africa. *Communicatio: South African Journal for Communication Theory and Research*, 36:2, 265-275, DOI: 10.1080/02500167.2010.485374

- Bullard, Sue. Burzynski. 2015. Editors Use SocialMedia Mostly to Post Story Links. *Sage Newspaper Research Journal*, 36(2): 170-183.
- Darmadi, Hamid. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Deuze, Mark. 2017. Considering a Possible Future for Digital Journalism. *Mediterranean Journal of Communication*, 8(1), 9-18. Retrieved from <https://www.doi.org/10/14198/MEDCOM2017.8.1.1>
- Dewanta, Anak. Agung. 2020. Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 9(2): 79-85.
- Faisal, Muhammad. Selly. 2019. *Peran Mik Semar (Media Informasi Kota Semarang) Sebagai Sarana/Media Alternatif Citizen Journalism Melalui Facebook*. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang: Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi. Universitas Semarang.
- Fauzi, Marhamah. 2021. Jurnalisme di Era Digital. *Journal of Islamic Communication and Media Studies*, 1(1): 16-37.
- Fuchs, Christian. 2014. *SocialMedia a Critical Introduction*. Los Angeles: SAGE Publications, Ltd.
- Gushevinalti., Suminar, Panji., & Sunaryanto, Heri. 2020. Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media. *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6 (1): 83-134.
- Hamna, Dian Muhtadiah. 2017. “Eksistensi Jurnalisme Di Era Media Sosial.” *Jurnalisa*, Vol 03 Nomor 1/ Mei: 111.
- Haryanto, Agus. Tri. 2020. *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia (online)*, (<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>), diakses 21 Juli 2022.
- Hasiholan, Togi. Prima., Pratami, Rezki., & Wahid, Umaimah. 2020. Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2): 70-80.

- Herrero, Jorge Vázquez; Rebollal, Sabela Direito and García, Xosé López. 2019. "Ephemeral Journalism: News Distribution Through Instagram Stories." Sagepub Journal, Volume 5. Issue 4. <https://doi.org/10.1177%2F2056305119888657>
- Heychael, Muhammad., & Sarwono, Billy. 2015. *Hakikat Komunikasi Massa dan Era Informasi*, (Online), (<http://repository.ut.ac.id/4453/1/SKOM4315-M1.pdf>), diakses 25 Mei 2022.
- Izzah, Imarotul. 2018. *Unggul di Alexa, MalangTIMES Kini Rangking Pertama Media Online di Malang Raya* (Online), (<https://www.malangtimes.com/baca/32581/20181027/164300/unggul-di-alex-malangtimes-kini-rangking-pertama-media-online-di-malang-raya>), diakses 20 Juli 2022.
- Kawamoto. 2003. *Digital Journalism: Emerging Media and The Changing Horizons of Journalism*. USA: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Kurniawan, Budi. 2018. Tik Tok Popularism and Nationalism: Rethinking National Identities and Boundaries on Millennial Popular Cultures in Indonesian Context. *Annual International Conference Social Sciences*, 8 (1): 83-90.
- Kris, Desi. 2021. *Bikin TikTok dan Podcast Kilat, JatimTIMES Kian Jadi Pilihan Terbaik*, (Online), (<https://www.malangtimes.com/baca/64418/20210225/115700/bikin-TikTok-dan-podcast-kilat-jatimtimes-kian-jadi-pilihan-terbaik>), diakses 21 April 2022.
- Lia, Lita. 2022. *Perkembangan Media Online di Indonesia dari Konvensional Hingga 2022*, (Online), (<https://www.ekrut.com/media/media-online>), diakses 06 Juli 2022.
- Littlejohn, Stephen., Foss, Karen. Tanpa Tahun. *Teori Komunikasi. Terjemahan Hamdan, Mohammad*. 2016. Jakarta: Salemba Humanika.
- Maghrifi, Icha. Rochmah. 2020. *Analisis Isi Karakteristik dan Akurasi Berita dalam Jurnalisme Online (Kasus Pemerksaan oleh Reynhard Sinaga di Portal*

- Berita Tirto. id*). Tesis tidak diterbitkan. Ponorogo: Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. IAIN Ponorogo.
- Mahdi, M. Ivan. 2021. *Media Online, Sumber Berita Utama Masyarakat Indonesia*, (Online), (<https://dataindonesia.id/digital/detail/media-online-sumber-berita-utama-masyarakat-indonesia>), diakses 06 Juli 2022.
- Malik, Asmaa., & Shapiro, Ivor. What's Digital? What's Journalism? Dalam Franklin, B. & Eldridge, S (Ed). (2017). *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies*. New York: Routledge.
- Marhamah & Fauzi. 2021. Jurnalisme di Era Digital. *JICOMS: Journal of Islamic Communication and Media Studies*, 1(1): 16-37.
- McQuail, Denis. Tanpa Tahun. *Teori Komunikasi Massa McQuail. Terjemahan Izzati, Putri*. 2011. Jakarta: Salemba Humanika.
- Meisyaroh, Siti. 2013. Determinisme Teknologi Masyarakat dalam Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 1(1): 36-46.
- Moleong, Lexy. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurlatifah, Mufti. 2018. Posisi Undang-Undang Pers Indonesia Dalam Ekosistem Media Digital. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 11(1): 71-85.
- Nurudin. 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nurudin. 2017. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Pahlevi, Reza. 2022. *Ini Media Online Paling Banyak Dikonsumsi Warga Indonesia*, (Online),

- (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/ini-media-online-paling-banyak-dikonsumsi-warga-indonesia>), diakses 11 Agustus 2022.
- Paryono, Yani. 2013. Peran Strategis Media Massa Dalam Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Indonesia. *Journal Article*, 4 (2): 163-173.
- Poerwandari, Kristi. 2017. *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: LPSP3 UI.
- Puspitarini, Dinda. Sekar., & Nuraeni, Reni. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1): 71-80.
- Putri, Vira. Vanessa. Priyanka., dkk. 2020. *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).
- Pratiwi, Ratu. 2022. *5 Julukan Kota Malang, dari Kota Bunga Hingga Kota Militer*, (Online), (<https://www.timesindonesia.co.id/read/news/401997/5-julukan-kota-malang-dari-kota-bunga-hingga-kota-militer>), diakses 12 Agustus 2022.
- Rahman, Moh., & Prasetya, Arik. 2018. Pengaruh Kepemimpinan dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada karyawan PT Jatim Times Network di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63(1): 82-89.
- Ramadhan, Andika. 2022. *Praktik Jurnalistik Dalam Era Media Sosial: Studi Kasus Pada Jurnalis Televisi*. Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Romli, Asep. Syamsul. M. 2018. *Jurnalistik Online; Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.
- Salaverria, Ramon. 2019. Digital Journalism: 25 years of research. Review Article. *El profesional de la información*, v. 28, n. 1, e280101. Retrieved from <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Situmeang, Ilona. Vicenovie. Oisina. 2020. *Media Konvensional dan Media Online*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, Kustadi. 2010. *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*. Bandung: Nuansa.
- Sutopo, Heribertus. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press.
- Tresnawati, Yuni & Prasetyo, Kurniawan. 2018. "Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial." *Jurnal Profesi Humas*, Volume 3, No. 1: 105.
- Vivian, John. 2015. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Wahyuni, Hermin. 2013. *Kebijakan Media Baru di Indonesia (Harapan, Dinamika, dan Capaian Kebijakan Media Baru di Indonesia)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wansyah, Muhamad. Erza. 2020. *Kasak-Kusuk Media Online di Malang, (Online)*, (<https://sediksi.com/opini/kasak-kusuk-media-online-di-malang/>), diakses 21 Juli 2022.
- Wardani, Agustin. Setyo. 2020. *Nyaris Salip WhatsApp, TikTok Jadi Aplikasi Terpopuler Kedua di Dunia, (Online)*, (<https://www.liputan6.com/tekno/read/4155907/nyaris-salip-whatsapp-TikTok-jadi-aplikasi-terpopuler-kedua-di-dunia>), diakses 20 April 2022.
- Wibowo, Tony., & Yudi. 2021. Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial TikTok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam. *Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeScINTech)*, 1 (1): 662-669.
- Widarini, Dwi. Ajeng., Andriani, Fizzy., Nilamsari, Natalina., & Wiyati, Eni. Kardi. 2021. *Kepercayaan Publik Terhadap Media Arus Utama di Era Pandemi Covid 19, (Online)*, ([https://dewanpers.or.id/assets/documents/laporan/Lap_Akhir_Penelitian_Universitas_Prof._Dr.Moestopo_\(Beragama\)_110821.pdf](https://dewanpers.or.id/assets/documents/laporan/Lap_Akhir_Penelitian_Universitas_Prof._Dr.Moestopo_(Beragama)_110821.pdf)), diakses 20 Mei 2022.

- Widyaningsih, Anita. 2021. *Jurnalisme Online Radio (Studi Deskriptif Kualitatif Praktik Jurnalisme Online Pada Pemberitaan Media Radio, Di LPP RRI Yogyakarta Pada Tahun 2020)*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: FIK. UMBY.
- Wijaya, Deskhila. 2021. Praktik Penggunaan Media Sosial Tik Tok dalam Aktivitas Jurnalisme Selama Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus pada Kompas TV. Tesis tidak diterbitkan. Tangerang: FIK. UMN.
- Xu, Li., Yan, Xiaohui., & Zhang, Zhengwu. 2019. Research on the Causes of the “Tik Tok” App Becoming Popular and the Existing Problems. *Journal of Advanced Management Science*, 7 (2): 59-63.
- Yahya, Achmad. Nasrudin. 2021. *Penelitian: Media Online Jadi Pilihan Utama Warga Cari Kebenaran Informasi, (Online)*, (<https://nasional.kompas.com/read/2021/08/20/16340691/penelitian-media-online-jadi-pilihan-utama-warga-cari-kebenaran-informasi>), diakses 19 April 2022.
- Yusuf, Muhamad, Fahrudin. 2020. *Jurnalisme Online Konsep, Teori, Praktik dan Analisis Komparasi Bias*. Salatiga: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Salatiga. Dari Perpustakaan IAIN Salatiga, (Online), (<http://perpus.iainsalatiga.ac.id/lemari/fg/free/pdf/?file=http://perpus.iainsalata> tiga), diakses 5 Juni 2022.
- Zotto, C. D., & Lugmayr, A. Media Convergence as Evolutionary Process. Dalam Lugmayr, A & Zotto, C. D (Ed). (2016). *Media Convergence Handbook Volume 1*. Berlin: Springer Verlag Berlin Heidelberg.