



TRANSFORMASI MEDIA TIKTOK SEBAGAI RUANG BARU JURNALISTIK ADAPTASI MEDIA TRADISIONAL TERHADAP TREN DIGITAL

M.Yoserizal Saragih¹

¹, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

yoserizal@uinsu.ac.id*

*) corresponding author

Keywords

TikTok, digital journalism, traditional media, short videos, digital adaptation

Abstract

This article discusses the transformation of TikTok from the entertainment platform into a new journalistic space, while exploring how traditional media adapts to digital trends. With interactive short video formats, TikTok has opened opportunities for journalists to reach younger audiences. However, the platform also presents the challenges associated with validity, credibility, and news presentations that match the ethics of the journalistic ethics. Through a qualitative approach, this article examines the role of TikTok as the distribution media of information and adaptation carried out by traditional media to remain relevant in the digital age.

1. PENDAHULUAN

Pengaruh perkembangan teknologi seperti internet, memungkinkan media massa berbasis internet menjangkau khalayak yang lebih luas karena tidak terbatas pada ruang dan waktu. Mengubah bentuk penyampaian informasi atau informasi dan memfasilitasi konvergensi media yang terintegrasi dengan jaringan internet. Seperti yang dikatakan Soto & Lugmayr (2016, p. 3-4), konvergensi adalah kemampuan untuk menyampaikan pesan dalam saluran media yang berbeda melalui satu platform digital, sehingga konvergensi media harus dilihat dari sudut pandang konsumen. Karena dua kondisi tersebut, sebuah media yang semula hanya menyajikan tulisan dalam bentuk majalah atau koran, kini informasinya dapat diakses tidak hanya di websitenya, tetapi juga di saluran YouTube, TikTok, dan e-paper, dengan tujuan mengakomodasi pola konsumsi masyarakat tentang informasi media tersebut. Penyesuaian dengan pola konsumsi masyarakat dapat tergambarkan dari penelitian yang dilakukan oleh The Reuters Digital News tahun 2021 (Newman et al., 2021, p. 137) yang menjelaskan bahwa pengguna media cetak hanya sebesar 20% dari 276 juta penduduk Indonesia, sementara pengguna televisi masih sebesar 58%, dan pengguna media online termasuk media sosial sebesar 89%. Data ini menunjukkan

bahwa secara kuantitas, pengguna media sosial paling tinggi, dan ini juga menunjukkan bahwa transformasi media tradisional ke media digital menjadi penting untuk dilakukan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sucisca & Gunawibawa (2020, p. 256) yang menemukan bahwa para digital natives, dalam hal ini bisa dikatakan sebagai pengguna internet atau media sosial, lebih menyukai media pemberitaan berbasis internet atau media baru, dan mereka tidak menaruh minat pada media cetak seperti koran dan majalah. Proses transformasi media cetak bukan lagi sekadar memindahkan teks secara digital, tetapi memunculkan bentuk baru yang lebih relevan. Perkembangan internet telah mendorong media tradisional untuk beradaptasi dalam menyebarkan informasi dengan cara yang sangat cepat, sekaligus menantang dominasi media konvensional. Deuze & McQuail (2020) menyatakan bahwa kehadiran media baru telah memaksa banyak media konvensional untuk mengubah formatnya, menyesuaikan dengan konstruksi sosial yang telah dibangun oleh media massa. Proses transformasi digital melibatkan perpaduan antara konten, komputasi, dan komunikasi (3C), yang dapat dipahami sebagai konvergensi. Dengan adanya teknologi internet, media yang sebelumnya terpisah kini dapat hadir dalam satu platform digital. Menurut Soto & Lugmayr (2016), terdapat interaksi yang saling terkait antara konten, teknologi, audiens, dan industri. Ini berarti keberhasilan transformasi tidak hanya bergantung pada interaksi antar platform, tetapi juga didukung oleh faktor lain seperti investor dan merek. Prinsip mediamorfosis memiliki tiga konsep utama, seperti yang diungkapkan oleh Fidler (2003, pp. 38–44), yaitu koevolusi yang menekankan perubahan, konvergensi sebagai penciptaan baru, dan kompleksitas yang menjelaskan bahwa setiap perubahan sering kali dimulai dengan kekacauan sebelum menghasilkan sesuatu yang sesuai dan mampu menghidupkan serta mentransformasikan berbagai sistem. Namun, ancaman dari kehadiran internet yang menawarkan kecepatan akses informasi telah mendorong banyak media berita untuk melakukan berbagai perubahan, termasuk menghadirkan konten versi online demi memberikan kemudahan kepada audiens. Kemudahan dalam pencarian informasi sangat dipengaruhi oleh pengaturan distribusi konten dan pemilihan kata kunci yang tepat untuk mesin pencari, dan semua proses ini ditandai oleh adaptasi serta pemahaman terhadap proses produksi informasi yang dilakukan. Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai transformasi digital di Perusahaan Media, terlihat adanya kesamaan dalam pendekatan yang diambil, terutama karena dorongan dari kebutuhan masyarakat akan perubahan dalam cara menerima informasi, persaingan antar media dalam industri yang sama, serta upaya untuk mendistribusikan informasi dengan lebih efektif dan efisien. Namun, terdapat perbedaan mendasar dalam strategi pengelolaan transformasi itu sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Gordon (2003) mengenai lima dimensi dalam transformasi, yaitu kepemilikan, distribusi isi, taktik, struktur, dan penyajian. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa fokus yang diambil hanya pada aspek tertentu, contohnya Republika yang hanya menyoroti kepemilikan, penyajian, dan distribusi isi.

Era digital telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi. TikTok, yang merupakan salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan pengguna yang sangat cepat, kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk konten hiburan, tetapi juga sebagai saluran distribusi berita. Perubahan ini menimbulkan pertanyaan: bagaimana media tradisional dapat memanfaatkan TikTok sebagai ruang baru untuk jurnalisme tanpa mengorbankan prinsip-prinsip dasar jurnalisme? Artikel ini bertujuan untuk memahami transformasi TikTok sebagai ruang untuk jurnalisme, menganalisis adaptasi yang dilakukan oleh media tradisional, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam penggunaan TikTok sebagai saluran distribusi berita.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis transformasi TikTok sebagai ruang baru dalam dunia jurnalistik serta bagaimana media tradisional beradaptasi dengan tren digital. Pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau penjelasan yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai suatu fenomena atau kejadian tertentu. Pendekatan ini dipilih agar dapat memahami secara mendalam fenomena kompleks yang terjadi, yaitu integrasi teknologi baru ke dalam praktik jurnalistik. Data utama dalam penelitian ini berasal dari kajian literatur, termasuk karya-karya konten platform media, artikel, dan buku-buku ilmiah. Untuk menganalisis data, penelitian ini menerapkan metode analisis isi yang bersifat deskriptif dan interpretatif. Analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi cara TikTok menyebarkan informasi, berita, dan hiburan. Sugiyono (2017) mendefinisikan metode deskriptif sebagai metode penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menganalisis suatu fenomena, tetapi tidak dimaksudkan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas atau menjelaskan hubungan sebab-akibat. Fokusnya adalah pada pengumpulan fakta dan penggambaran situasi secara obyektif. Nazir (2011) Metode deskriptif adalah pendekatan dalam penelitian yang digunakan untuk mengamati status kelompok manusia, objek, kondisi, atau sistem pemikiran. Tujuannya adalah untuk menyusun deskripsi yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta serta karakteristik objek yang diteliti. Menurut Nazir, penelitian ini berfokus pada pengamatan fenomena yang terjadi tanpa melakukan manipulasi atau perubahan terhadap kondisi yang ada.

Fokus utama dari penelitian ini adalah: Bagaimana media tradisional memanfaatkan TikTok sebagai ruang baru untuk jurnalistik. Strategi adaptasi yang diterapkan oleh media tradisional. Tantangan dan peluang yang muncul dalam penggunaan TikTok sebagai saluran distribusi berita. Penelitian ini dilakukan pada media tradisional yang telah aktif menggunakan TikTok sebagai platform distribusi berita, seperti Kompas, BBC, atau The New York Times. Penelitian ini berfokus pada media tradisional yang aktif di TikTok, sehingga tidak mencakup perspektif dari media alternatif atau independen. Selain itu, data yang diperoleh hanya merepresentasikan situasi pada periode tertentu, sehingga memerlukan penelitian lanjutan untuk analisis longitudinal. Dengan metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang peran TikTok sebagai ruang

baru jurnalistik dan adaptasi media tradisional terhadap tren digital.

3. Hasil Dan Diskusi Penelitian

Penelitian ini mengungkapkan bagaimana TikTok telah bertransformasi menjadi ruang baru yang potensial untuk jurnalistik, serta bagaimana media tradisional beradaptasi dengan tren digital agar tetap relevan di tengah perubahan perilaku konsumsi informasi. Pembahasan hasil penelitian disusun dalam lima sub judul berikut untuk memberikan analisis yang lebih mendalam dan komprehensif.

1. Penggunaan TikTok oleh Media Tradisional

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa media tradisional mulai memanfaatkan TikTok sebagai platform distribusi berita yang berbeda dari media sosial lainnya seperti Facebook atau Instagram. TikTok memberikan peluang bagi media untuk menjangkau audiens yang lebih muda dengan pendekatan visual yang menarik dan narasi yang lebih santai. Pola penggunaan TikTok oleh media tradisional meliputi: konten visual dinamis, media menggunakan elemen visual seperti teks bergerak, potongan gambar dramatis, efek transisi, dan grafik yang mencolok untuk menarik perhatian audiens dalam beberapa detik pertama. Format ini sangat penting mengingat audiens TikTok cenderung cepat beralih jika konten tidak menarik sejak awal. Narasi Interaktif dan Personal banyak media memanfaatkan suara narator dengan gaya informal, yang membuat penyampaian berita terasa lebih personal dan mudah dipahami. Pendekatan ini berbeda dari gaya formal yang umumnya digunakan di televisi atau koran. Penggunaan tren dan musik populer, media tradisional mulai menyelaraskan kontennya dengan tren TikTok yang sedang viral, seperti penggunaan musik populer, filter khusus, atau gaya penyajian konten berbasis tantangan. Hal ini membantu konten berita mereka terlihat relevan dan menarik perhatian pengguna TikTok. Pola-pola ini menunjukkan adanya adaptasi signifikan dalam gaya komunikasi media tradisional untuk menyesuaikan dengan karakteristik audiens TikTok, yaitu generasi muda yang menginginkan konten cepat, menarik, dan menghibur.

2. Strategi Adaptasi Media Tradisional terhadap Platform TikTok

Untuk memanfaatkan TikTok sebagai arena baru dalam dunia jurnalistik, media tradisional merumuskan berbagai strategi yang dirancang khusus untuk platform ini. Beberapa strategi utama yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi:

Presentasi informasi dalam format ringkas mengingat durasi video di TikTok yang terbatas, media tradisional menyusun berita menjadi video berdurasi 1-3 menit dengan narasi yang padat dan mudah dipahami. Pendekatan ini memastikan bahwa informasi disampaikan secara komprehensif meskipun dalam waktu yang terbatas. Memanfaatkan algoritma TikTok, algoritma TikTok yang berfokus pada minat memungkinkan konten untuk mencapai audiens yang luas. Media memanfaatkan fitur seperti penggunaan hashtag yang relevan, waktu unggahan yang strategis, dan konsistensi dalam posting untuk meningkatkan peluang konten mereka muncul di halaman For You audiens. Kolaborasi dengan kreator konten, beberapa media tradisional bekerja sama dengan kreator TikTok terkenal untuk menyampaikan berita. Kolaborasi ini membantu meningkatkan kepercayaan audiens

terhadap konten yang disajikan sekaligus memperluas jangkauan berita. Eksperimen format kreatif Selain berita, media tradisional juga mencoba menghadirkan konten edukasi berbasis data atau fakta yang relevan dengan tren saat ini, seperti infotainment atau penjelasan peristiwa secara singkat. Strategi-strategi ini mencerminkan fleksibilitas media tradisional dalam merespons perubahan pola konsumsi informasi, sekaligus menunjukkan komitmen untuk tetap relevan di era digital.

3. Respons Audiens terhadap Konten Berita di TikTok

Respons audiens terhadap konten keterangan yg tersaji sang media tradisional pada TikTok sebagai alat satu temuan krusial pada penelitian ini. Analisis terhadap komentar, jumlah likes, jumlah shares, dan pola hubungan lainnya memberitahuakn beberapa temuan menarik, yaitu Engagement yang tinggi dalam konten ringan video keterangan ringan, misalnya keterangan budaya, tren viral, atau kisah inspiratif, menerima respons yang lebih besar dibandingkan keterangan berfokus misalnya politik atau ekonomi. Hal ini memberitahukan bahwa audiens TikTok cenderung mencari hiburan atau warta berita yang relevan menggunakan kehidupan sehari-hari. Interaksi dua arah, TikTok memungkinkan audiens buat eksklusif menaruh tanggapan atau pertanyaan melalui kolom komentar. Beberapa media memanfaatkan kesempatan ini buat berinteraksi eksklusif menggunakan audiens, contohnya menggunakan menjawab pertanyaan atau menaruh penjelasan terkait konten yang diunggah. Preferensi terhadap visual yang menarik, *audiens* TikTok lebih tertarik dalam video yang memakai elemen visual kreatif, misalnya animasi atau infografis, dibandingkan menggunakan penyajian keterangan yang terlalu formal atau monoton. Respons ini memberitahuakn bahwa audiens TikTok mempunyai ekspektasi yangg tidak sama terhadap penyajian keterangan, yang mengharuskan media tradisional

4. Tantangan dalam Penggunaan TikTok sebagai Media Jurnalistik

Penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah tantangan yang dihadapi media tradisional dalam memanfaatkan TikTok, di antaranya Risiko Disinformasi dan Sensasionalisme: Format video pendek sering kali tidak memungkinkan penyajian informasi secara mendalam, sehingga berpotensi memunculkan disinformasi atau penyederhanaan berlebihan. Ketergantungan pada Algoritma TikTok. Visibilitas konten sangat bergantung pada algoritma TikTok, yang sering kali lebih memprioritaskan konten hiburan dibandingkan konten edukatif atau berita. Dilema Etika Jurnalistik, media sering kali menghadapi dilema antara mempertahankan kredibilitas jurnalistik dengan memenuhi preferensi audiens yang lebih menyukai konten ringan atau sensasional. Keterbatasan sumber daya mengelola konten di TikTok memerlukan tim kreatif yang memahami karakteristik platform, yang tidak selalu dimiliki oleh media tradisional. Tantangan ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan yang strategis dan berimbang untuk memastikan bahwa penyampaian berita di TikTok tetap sesuai dengan prinsip-prinsip jurnalistik.

5. Peluang TikTok sebagai Ruang Jurnalistik di Era Digital

Meskipun menghadapi banyak tantangan, TikTok menawarkan peluang besar bagi media tradisional untuk berkembang di era digital. Peluang tersebut antara lain: Menjangkau audiens milenial. TikTok telah menjadi saluran yang efektif untuk menjangkau generasi muda yang jarang mengonsumsi informasi melalui media tradisional seperti televisi atau surat kabar. Inovasi dalam penyajian berita, TikTok mendorong media untuk mengembangkan format inovatif, seperti cerita visual, video pendidikan pendek, dan eksperimen format lainnya. Interaksi lebih dekat dengan audiens. TikTok memungkinkan media dalam berkomunikasi langsung dengan audiens melalui komentar dan fitur streaming langsung, yang dapat meningkatkan loyalitas audiens terhadap merek media. Potensi monetisasi dengan berkembangnya kemampuan bisnis TikTok, media tradisional juga mempunyai peluang untuk memonetisasi konten mereka melalui sponsorship atau kemitraan merek. Peluang-peluang tersebut menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkuat kelangsungan media tradisional di era digital, asalkan digunakan dengan strategi yang matang.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok telah bertransformasi menjadi tempat baru dengan potensi jurnalisme yang besar, terutama dalam menjangkau generasi muda yang merupakan segmen pengguna dominan platform tersebut. TikTok menawarkan banyak fitur unik yang memungkinkan media tradisional beradaptasi dengan dinamika digital, mulai dari format video pendek yang menarik secara visual dalam menciptakan interaksi dua arah dengan penonton. Media tradisional yang berpartisipasi dalam TikTok tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga melakukan inovasi dalam cara penyajian informasi, yang mencerminkan perubahan signifikan dalam gaya komunikasi jurnalistik. Salah satu temuan utamanya adalah model konsumsi media tradisional TikTok berfokus pada penyajian konten yang ringkas, relevan, dan menarik secara visual. Media tradisional menggunakan format video pendek untuk menyampaikan informasi dengan cepat tanpa kehilangan nilai informasinya.

Pendekatan ini melibatkan penggunaan narasi intim, tren musik populer, dan elemen visual dinamis yang sesuai dengan karakteristik platform TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa media tradisional tidak lagi hanya mengandalkan metode penyajian konvensional, namun mulai mengakomodasi pola konsumsi berita generasi muda yang mencari konten dengan cepat, menghibur, dan mudah dipahami. Strategi adaptif yang diterapkan oleh media tradisional juga mencerminkan upaya untuk memaksimalkan potensi TikTok. Dengan pendekatan seperti menyajikan informasi secara ringkas, menggunakan algoritme platform, berkolaborasi dengan pembuat konten, dan bereksperimen dengan format kreatif, media tradisional menunjukkan fleksibilitas dan kemampuannya dalam merespons tren digital yang terus berkembang. Namun strategi ini juga memerlukan keahlian khusus untuk memahami perilaku penonton TikTok yang dinamis dan terus berubah. Keberhasilan penerapan strategi ini merupakan indikasi kemampuan media tradisional untuk tetap relevan di era digital jika mau terus berinovasi dan beradaptasi.

Respons audiens menjadi salah satu elemen kunci yang menunjukkan bagaimana TikTok dapat menjadi alat efektif untuk mendistribusikan berita. Audiens di TikTok

cenderung memberikan respons yang positif terhadap konten berita yang disajikan secara menarik, ringan, dan interaktif. Tingginya tingkat engagement pada konten tertentu, seperti berita yang relevan dengan tren lokal atau peristiwa budaya, menunjukkan bahwa audiens TikTok lebih tertarik pada konten yang memiliki kedekatan emosional atau relevansi langsung dengan kehidupan mereka. Namun, audiens juga menunjukkan preferensi yang kuat terhadap visualisasi yang kreatif, seperti infografis atau animasi, yang menegaskan pentingnya elemen estetika dalam penyajian berita di platform ini. Namun, penelitian ini juga mengungkap sejumlah tantangan yang dihadapi media tradisional dalam menggunakan TikTok sebagai ruang jurnalistik. Tantangan utama meliputi risiko disinformasi akibat penyajian informasi yang terlalu ringkas, ketergantungan pada algoritma platform yang sering kali memprioritaskan konten hiburan, serta dilema etika dalam menyeimbangkan antara kredibilitas jurnalistik dan preferensi audiens terhadap konten ringan atau sensasional. Selain itu, keterbatasan sumber daya kreatif di beberapa media tradisional juga menjadi hambatan dalam mengelola konten yang relevan dan kompetitif di TikTok. Meskipun demikian, TikTok tetap menawarkan peluang besar bagi media tradisional untuk mengembangkan ruang jurnalistik yang lebih inklusif dan inovatif. Salah satu peluang utama adalah kemampuan platform ini untuk menjangkau audiens muda yang kurang terpapar oleh media tradisional, sehingga membantu memperluas jangkauan distribusi informasi. Selain itu, TikTok mendorong inovasi dalam penyajian berita melalui format video pendek yang kreatif dan interaktif, yang tidak hanya menarik tetapi juga mampu meningkatkan kesadaran audiens terhadap isu-isu penting. Kemampuan untuk menciptakan interaksi dua arah dengan audiens melalui fitur seperti komentar dan live streaming juga memperkuat hubungan antara media dan audiensnya, sekaligus membangun kepercayaan yang lebih besar terhadap sumber berita. Kesimpulannya, TikTok telah membuka peluang baru bagi media tradisional untuk tetap relevan di era digital, dengan menyediakan platform yang mendorong inovasi dalam penyajian berita dan memperluas jangkauan audiens. Namun, keberhasilan memanfaatkan TikTok sebagai ruang jurnalistik tidak terlepas dari tantangan yang harus dihadapi, termasuk bagaimana memastikan kualitas informasi tetap terjaga tanpa mengorbankan prinsip-prinsip jurnalistik. Dengan inovasi yang berkelanjutan, komitmen terhadap etika jurnalistik, dan pemahaman mendalam tentang dinamika platform, TikTok dapat menjadi salah satu alat strategis yang mendukung transformasi media tradisional dalam menghadapi era digital yang semakin kompetitif dan dinamis.

Referensi

- Ardianto, Elvinaro, dkk. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aditjaningrum, K. A., Adnan, R., Sosiologi, J. A., & Adnan2, R. (2023). *Popularitas Dan Komodifikasi Konten Televisi Di Era Digital*.
- Ashari, M. (2019). *Jurnalisme Digital : Dari Pengumpulan Informasi Sampai Penyebaran Pesan*. Inter Komunika: Jurnal Komunikasi, 4(1), 1–16
- Evanalia, S., Rochim, A., & Fatimah, S. (2023). *Komodifikasi Pekerja Dan Dampaknya Pada Kualitas Pemberitaan Di Youtube Kompastv*. Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 22(1), 69–81. <https://doi.org/10.32509/Wacana.V22i1.2567>
- Lestari, R. D. (2020). *Jurnalisme Digital Dan Etika Jurnalisme Media Sosial: Studi Pada Akun Instagram @Tempodotco Dan @Tribunjogja*. Digital Journalism And The Ethics Of Social Media Journalism: Study In The Instagram Account @Tempodotco And @Tribunjogja. Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi, 22(2), 159–

174. <https://doi.org/10.33164/Iptekom.22.2.2020.159-174>
- Ma, X. (2020). Research On Short News Video Transmission In The Fusion Media Environment. *Probe -Media And Communication Studies*, 2(2), 25. <https://doi.org/10.18686/Mcs.V2i2.1295>
- McQuail, Denis, 2011. *Teori Komunikasi Massa*, Salemba Humanika. Jakarta.
- Rianto, P., & Catur Pambudi, B. (2021). Media Sosial Dan Komodifikasi Sosial Anak Muda. *Komunika*, 8(2), 122–132. <https://doi.org/10.22236/Komunika.V8i1.6705>
- Sari, P. W. (2023). Praktik Komodifikasi, Spasialiasi Dan Strukturasi Perusahaan Media Grup Emtk. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 41–48. <https://doi.org/10.31294/Jkom.V14i1.14556>
- Waluyo, D. (2019). Memahami Jurnalisme Pada Era Digital Understanding Journalism In The Digital Age. *Promedia*, 5(1), 40–74.
- Zhang, Z. (2023). Analysis Of The Positive Effect Of Short Video On The Audience. In *Proceedings Of The 2022 2nd International Conference On Modern Educational Technology And Social Sciences (Icmetss 2022)*(Pp. 301–308). Atlantis Press Sarl. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-45-9_3