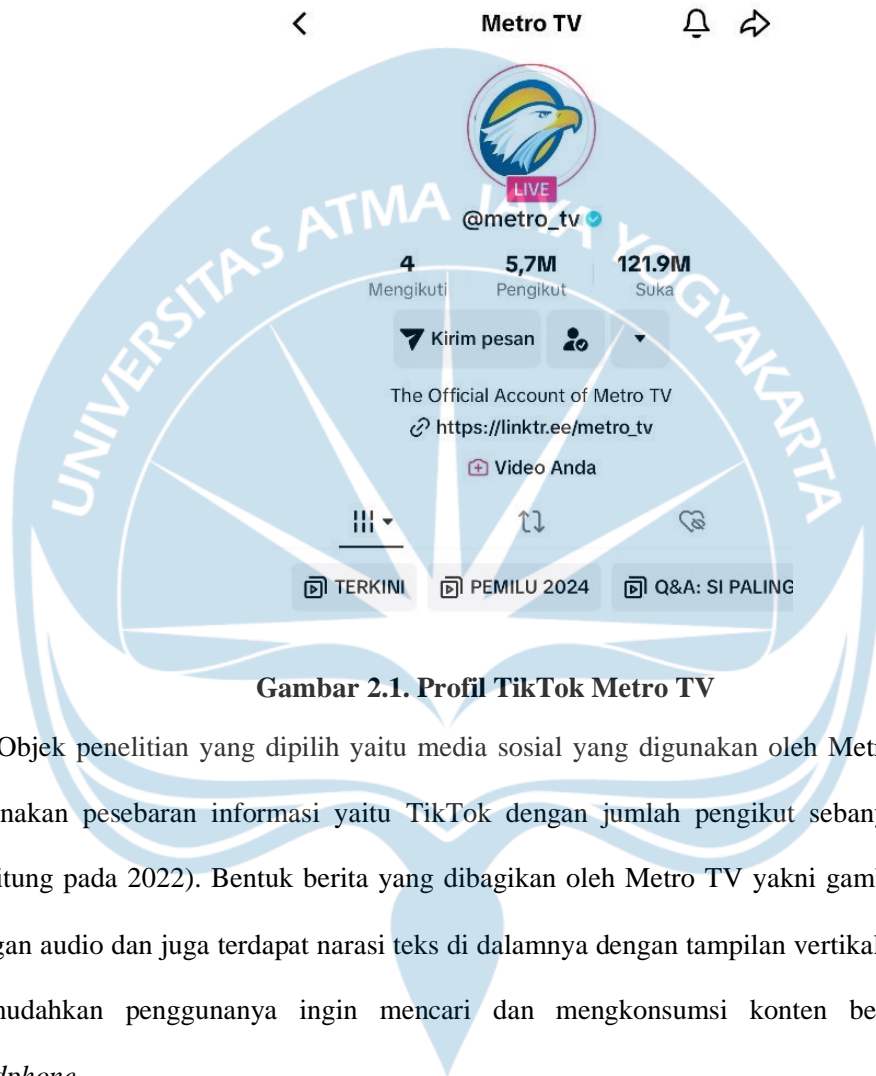


BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Akun TikTok @MetroTV



Gambar 2.1. Profil TikTok Metro TV

Objek penelitian yang dipilih yaitu media sosial yang digunakan oleh Metro TV untuk digunakan pesebaran informasi yaitu TikTok dengan jumlah pengikut sebanyak 5.5 juta (dihitung pada 2022). Bentuk berita yang dibagikan oleh Metro TV yakni gambar bergerak dengan audio dan juga terdapat narasi teks di dalamnya dengan tampilan vertikal yang cukup memudahkan penggunanya ingin mencari dan mengonsumsi konten berita melalui *handphone*.

Metro TV juga tidak hanya mengunggah konten berita secara rutin, tetapi juga menyiarkan siaran berita secara *live* di TikTok yang juga sama disiarkan melalui televisi maupun *platform* lainnya. Hal ini semakin memudahkan Metro TV dalam menjangkau penonton setianya untuk

membagikan informasi terbaru. Konten yang dibagikan oleh Metro TV yakni berisikan potongan atau cuplikan berita yang ditayangkan di televisi kemudian ditambahkan teks dan ukuran video diedit menjadi ukuran vertikal sesuai dengan tampilan di *handphone*.

TikTok juga memberikan fasilitas yakni daftar putar TikTok yang memudahkan pengguna dalam membagi kontennya berdasarkan kelompok topik masing-masing dan pastinyaurut sesuai dengan tanggal unggah konten. Hal ini dimanfaatkan oleh Metro TV untuk membuat daftar putar dikarenakan konten berita yang diunggah oleh Metro TV tidak hanya satu tiap topikmya. Jika membuka salah satu daftar putar maka akan terputar *list* konten yang membahas satu isu sesuai dengan topik yang ada di daftar.



Gambar 2.2. Tren TikTok Terkait Beritas Sambo

Salah satu contohnya yaitu pada konten berita Ferdy Sambo, pada tahun 2022 kasus Ferdy Sambo mendapat sorotan dari publik sehingga pemberitaannya ramai dibincangkan, salah satunya yaitu Metro TV yang juga ikut membicarakan kasusnya di media sosial TikTok. Metro TV mengunggah konten berita sebanyak 437 konten yang kemudian dijadikan satu dalam daftar putar konten dengan nama daftar putar “Kasus Brigadir J”.



Gambar 2.3. Potongan TalkShow di TikTok

Pada salah satu konten diambil dari potongan *talkshow* yang disiarkan melalui televisi kemudian diolah menjadi konten yang diunggah di TikTok, diedit dengan menambahkan narasi berupa ucapan yang diucapkan dalam video. Tentu saja karena ukuran asli yang disiarkan

melalui televisi merupakan tampilan horizontal membuat frame di dalamnya akan ada yang terpotong, namun dalam konten di TikTok akan langsung fokus pada siapa yang sedang berbicara.



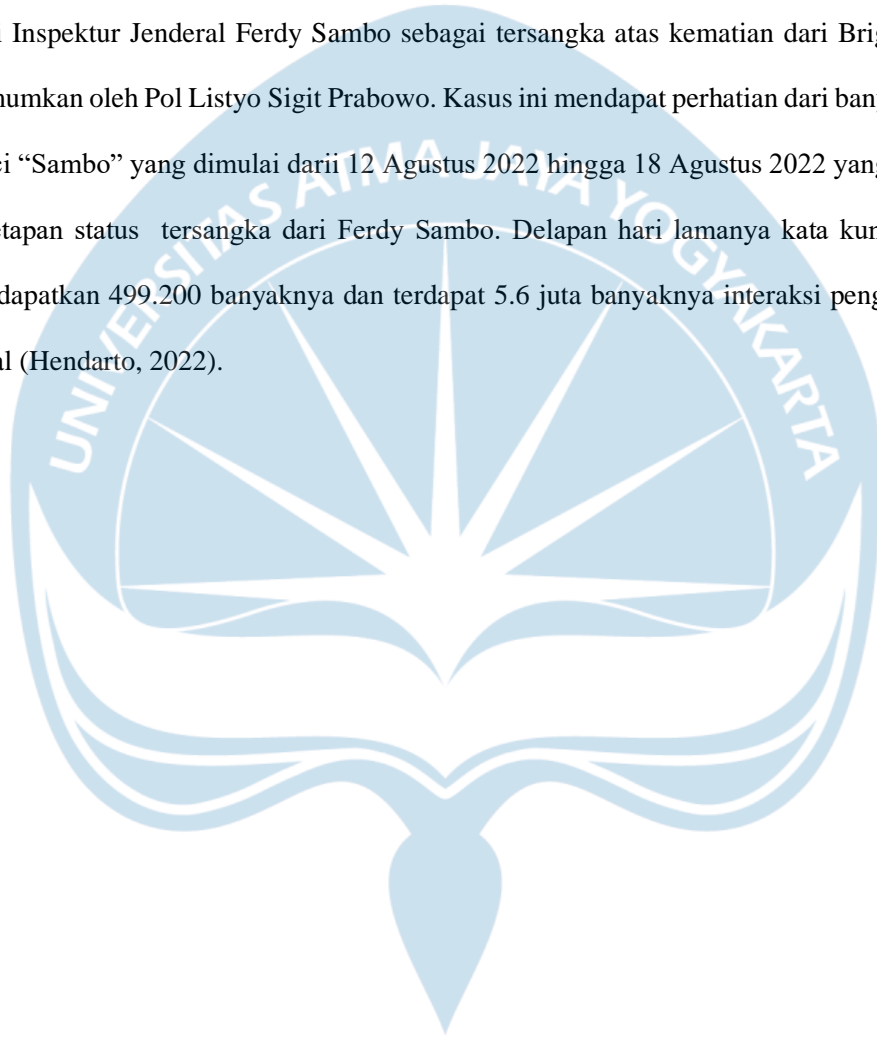
Gambar 2.4. Live TikTok

Terakhir yaitu pada fitur *live* yang diberikan fasilitas dari TikTok, Metro TV juga memanfaatkan untuk membagikan siaran acara berita yang sama dengan di televisi maupun *platform* internet lainnya. Tetapi perbedaan dengan di televisi, penonton dapat berinteraksi secara langsung dengan memberikan opininya dalam kolom komentar. Selain berinteraksi dalam kolom komentar, penonton juga bisa memberikan *like* dan memberikan hadiah kepada

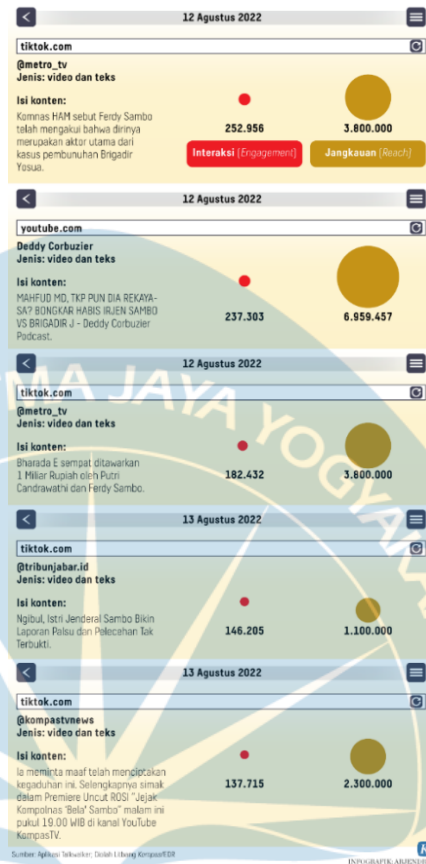
Metro TV karena salah satu layanan *live* TikTok dapat memberikan *gift* yang memiliki beda koin.

B. Deskripsi Konten Berita Ferdy Sambo di @MetroTV

Mulanya 8 Juli 2022 diumumkan bahwa mantan Kepala Divisi Profesi dan Pengamanan Polri Inspektur Jenderal Ferdy Sambo sebagai tersangka atas kematian dari Brigadir J yang diumumkan oleh Pol Listyo Sigit Prabowo. Kasus ini mendapat perhatian dari banyaknya kata kunci “Sambo” yang dimulai dari 12 Agustus 2022 hingga 18 Agustus 2022 yang diacu pada penetapan status tersangka dari Ferdy Sambo. Delapan hari lamanya kata kunci “Sambo” mendapatkan 499.200 banyaknya dan terdapat 5.6 juta banyaknya interaksi pengguna media sosial (Hendarto, 2022).



Lima Konten Terpopuler Terkait Kasus Ferdy Sambo (12-18 Agustus 2022)

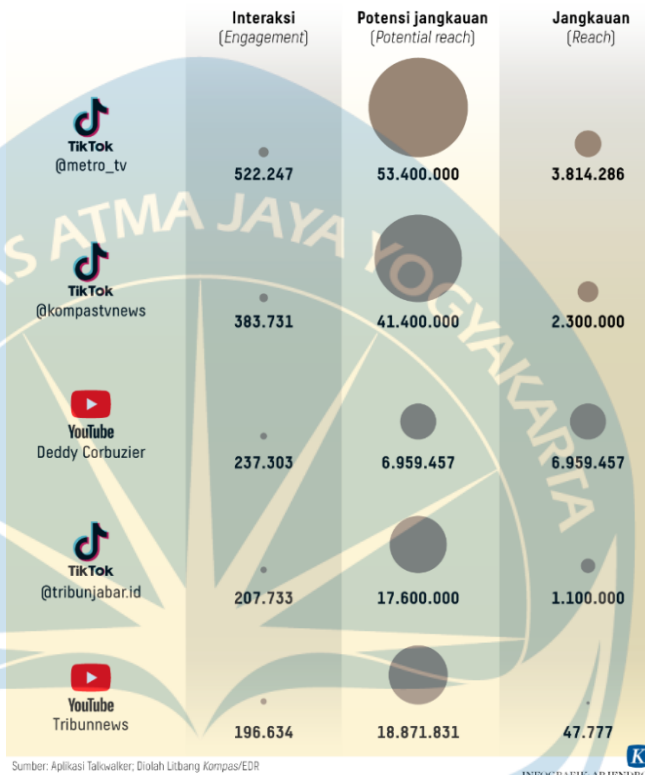


Gambar 2.5. Konten Berita Viral

Lima di antara media yang diamati, terdapat dua konten berita media yang mendapat interaksi dan jangkauan konten tinggi yaitu Metro TV di TikTok dengan 252.956 interaksi dan 3.800.000 jangkauan dengan judul konten “Komnas HAM Sebut Ferdy Sambo Telah Mengaku Bahwa Dirinya Merupakan Aktor Utama dari Kasus Pembunuhan Brigadir Yosua” serta konten dengan judul “Bharada E Sempat Ditawarkan 1 Miliar Rupiah oleh Putri Candrawati dan Ferdy Sambo” dengan 182.432 interaksi dan 3.800.000 jangkauan. Jika dilihat dari hasil survey, hal yang menarik yaitu dari sudut interaksi yang di mana konten Metro TV memiliki

interaksi yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan konten yang diunggah oleh Dedy Cobuzier melalui platform media YouTube.

Lima Akun Paling Berpengaruh Terkait Kasus Ferdy Sambo (12-18 Agustus 2022)



Gambar 2.6. Akun TikTok Berpengaruh dalam berita Sambo

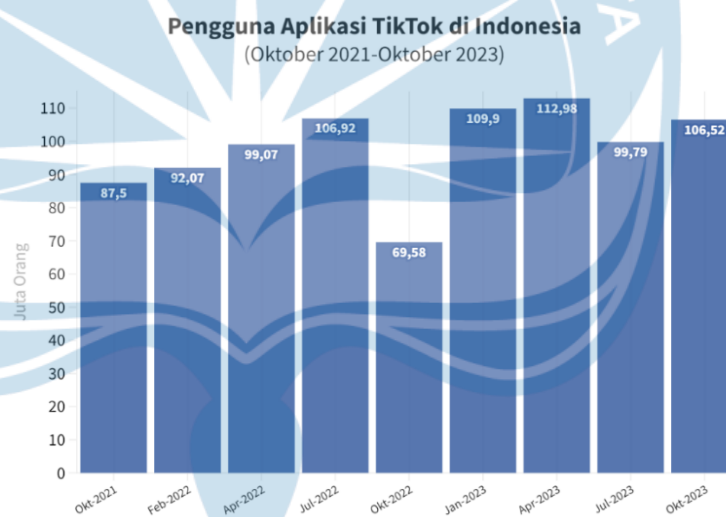
Kemudian akun Metro TV TikTok juga masuk dalam akun yang memiliki pengaruh pada kasus Ferdy Sambo yang dihitung dari 12 Agustus 2022 hingga 18 Agustus 2022 dengan interaksi sebanyak 522.247 serta 3.814.286 jangkauan.

C. Deskripsi Media Sosial TikTok

Media sosial TikTok merupakan media sosial dengan basis platform video dalam bentuk vertikal yang menyuguhkan gambar bergerak, audio, dan teks. Fitur yang difasilitasi oleh

TikTok yaitu media sosial dengan musik video, terdapat *live* yang memungkinkan si pengikut salah satu sosok berinteraksi secara langsung, filter video yang mendorong penggunaannya untuk berkeaktifitas dalam mengedit *tone* warna atau rona, filter *beauty* , stiker efek video, pengubah suara, dan *auto subtitle* yang mempermudah khususnya untuk teman-teman berkekurangan dalam pendengaran dapat mengetahui informasi yang dibagikan dalam video (Tempo, 2023).

Awal mulanya aplikasi TikTok disebut dengan ‘Douyin’ di tahun 2016 yang dibawah oleh perusahaan ByteDance berasal dari China (Kumparan, 2020). Pada tahun 2018 TikTok mulai diminati oleh warga Indonesia hingga pada tahun 2023 Indonesia dinobatkan negara yang memiliki jumlah pengguna terbanyak dalam laporan “Countries with the largest TikTok audience as of April 2023” (Kompas.com, 2023).



Gambar 2.7. Pengguna Aplikasi TikTok di Indonesia

Pengguna media sosial TikTok di Indonesia terhitung pada tahun 2023 mencapai 112.98 juta banyaknya terhitung pada bulan April 2023 dengan mayoritas 55.72% dari perempuan dan

44.9 adalah laki-laki (DataIndonesia.id, 2023). Kemudian untuk usia penggunanya sebanyak 41.26% berusia 18-24 tahun dan 38.40% berusia 25-34 tahun (DataIndonesia.id, 2023).

