

## PENGUNAAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI PENYAMPAIAN INFORMASI TRAGEDI PEMBAKARAN HALTE SARINAH

Ansyari Munthe<sup>1</sup>, Suheri Harahap<sup>2</sup>, Indira Fatra Deni P<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Jurusan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, Indonesia

<sup>2</sup> Jurusan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, Indonesia

<sup>3</sup> Jurusan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, Indonesia

\* Corresponding Email: [arie.munthe11@gmail.com](mailto:arie.munthe11@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana penggunaan aplikasi TikTok sebagai penyampaian informasi tragedi pembakaran Halte Sarinah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori new media untuk melihat peran aplikasi TikTok sebagai sebuah media baru dalam penyebaran informasi. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif menggunakan metode semiotika. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini adalah Triangulasi Sumber Data. Hasil penelitian yang diperoleh adalah penggunaan aplikasi TikTok dalam penyampaian informasi tragedi pembakaran Halte Sarinah cukup efektif karena video 62 menit operasi pembakaran Halte Sarinah di kanal Youtube Narasi Newsroom mendapat banyak tanggapan positif khususnya komentar terkait penggunaan TikTok sebagai media informasi. Sebagai media informasi, TikTok dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk melakukan citizen journalism. Karena saat ini TikTok dapat digunakan sebagai media citizen journalism maka TikTok mulai bertransformasi yang awalnya hanya sebagai media hiburan saat ini menjadi sebuah instrumen baru dalam penyampaian informasi di era new media.

**Kata Kunci :** TikTok, Tragedi, Halte Sarinah.

### ABSTRACT

*This study aims to see how the use of the TikTok application as an information guide on the Sarinah Bus Stop Arson tragedy. The theory used in this study is the new media theory to see the role of the TikTok application as a new media in disseminating information. This research was conducted with a qualitative descriptive approach using semiotic methods. Data collection techniques used are observation and documentation. Data analysis techniques were carried out by data reduction, data presentation, and conclusions. The data validity technique in this study is Data Source Triangulation. The research results obtained are the use of the TikTok application in gathering information on the Sarinah bus stop burning tragedy which is quite effective because the 62-minute video of the Sarinah bus stop burning operation on the Narasi Newsroom YouTube channel received many positive responses, especially comments regarding the use of TikTok as an information medium. As an information medium, TikTok can become a forum for the public to do citizen journalism. Because currently TikTok can be used as a media for citizen journalism, TikTok has begun to transform, which was originally just media entertainment, now it has become a new instrument for triggering information in the new media era.*

**Keywords :** TikTok, Tragedy, Sarinah Halte

## **PENDAHULUAN**

Pada sejarah peradaban umat manusia salah satu fenomena yang mendominasi adalah perkembangan teknologi informasi yang sangat dinamis. Munculnya praktek pemakaian media baru yang terlihat saling susul terkadang membuat industri media, otoritas, dan pengguna media merasa gagap dan kewalahan dalam mengatasinya.

Saat ini, istilah media baru atau new media muncul menjadi slogan yang masuk di kalangan praktisi industri media, pengkaji, dan peneliti media. Beberapa kalangan mengartikan new media dengan teknis-teknologis, yakni sebagai media dengan bentuk teknologi digital untuk mengemas isi/konten dengan format multi-media dan jaringan komputer sebagai saluran penyebarannya (Rice, 1999:26).

Marshall McLuhan new media adalah perkembangan teknologi komunikasi yang telah memperluas wilayah jangkauan komunikasi manusia dalam sejarahnya. New media adalah media yang telah dikuasai teknologi. Media sudah menyediakan platform interaktif, cerdas, langsung serta informatif untuk menciptakan ruang diskusi pada era informasi saat ini.

Banyaknya aplikasi di era new media menjadikan masyarakat dunia sebagai penyebar informasi melalui Facebook, Instragram, Twitter, dan media yang paling terbaru adalah TikTok. Dasar dari konsep new media adalah hasil budaya dari dunia maya yang berhubungan dengan teknologi komputer terbaru. Data digital dikendalikan software dan teknologi komunikasi terkini. Teknologi yang didefinisikan sebagai new media sebagian besar memiliki ciri-ciri dapat terhubung ke jaringan, berbentuk digital, bisa dikompres, tidak memihak, dan interaktif. Contohnya yaitu Web, internet, DVD, dan CD.

TikTok mulai hadir di Indonesia pada September 2017. Indonesia menjadi salah satu target utama TikTok karena statistik pengguna internet di Indonesia yang terus berkembang. Selain itu, pihak Tik-Tok menyadari generasi muda Indonesia memiliki tingkat narsis dan kreatifitas yang tinggi. Munculnya berbagai profesi baru seperti Youtuber, Selebgram, Vlogger, dan lain sebagainya menjadi alasan TikTok untuk optimis masuk ke Indonesia. Sesuai dengan perkiraan, TikTok meledak di Indonesia. Target TikTok yang awalnya hanya para remaja juga merambah di kalangan anak-anak rentang usia 7-15 tahun.

TikTok yang umumnya hanya digunakan sebagai media hiburan, saat ini mulai bertransformasi menjadi instrumen baru untuk menyebarkan informasi seputar kejadian di depan mata, dengan merekam peristiwa tersebut dan menyebarkannya. Salah satu bukti nyata dapat dilihat pada fenomena Omnibus Law.

Rancangan Undang-Undang (RUU) Cipta Kerja (Omnibus Law) yang disetujui Pemerintah pada 5 Oktober 2020 menimbulkan kontroversi di kalangan masyarakat Indonesia karena isinya yang banyak merugikan tenaga kerja. Hal itu akhirnya memicu kerusuhan dan unjuk rasa penolakan yang dilakukan di Gedung DPR dan Istana Negara. Fenomena yang turut mengikuti kericuhan tersebut adalah pembakaran Halte Sarinah di Jakarta. Kejadian terbakarnya Halte Sarinah pada tanggal 8 Oktober 2020 didokumentasikan di kanal Youtube oleh Narasi Newsroom berjudul "62 Menit Operasi Pembakaran Halte Sarinah". Dalam tayangan berdurasi 9 menit 57 detik tersebut, tim Narasi TV mengumpulkan beberapa rekaman video yang diantaranya berasal dari warga

yang merekam kejadian tersebut dan mengunggahnya di aplikasi TikTok, yaitu dari akun callusvanda, simonse119, rarra\_, fbrryy\_, bryarsya, b\_aja098, mendoanangett, dikaa405, nopea29, ayu9193, gabrielcinta, kyeofficial, tvonenews, gendonisme, astii12345, iradiojakarta, yudi.88, dan marlina\_idha.

Hasil analisis Narasi TV melalui rekaman kejadian yang diunggah di TikTok menunjukkan para pelaku datang membakar halte untuk membuat kegaduhan saat demonstrasi sedang berlangsung.

Dalam video ditampilkan para terduga pelaku secara berkelompok mendatangi perempatan Sarinah. Mereka mengambil foto dan mengamati, kemudian berpenjar. Saat mahasiswa bentrok dengan aparat kepolisian, para terduga pelaku memanfaatkan momen tersebut untuk melakukan pengrusakan dan menyulut api di dalam halte Sarinah. Dampak yang ditimbulkan dari penggunaan media TikTok dalam penyebaran informasi pembakaran halte Sarinah terhadap publik adalah masyarakat bisa melihat dan mengetahui apa yang sebenarnya terjadi di halte Sarinah karena masyarakat melihatnya dari sudut pandang publik melalui video rekaman oleh pengguna TikTok yang juga masyarakat awam, bukan dari sudut media massa yang mungkin dibalut dengan cerita yang berbeda.

Berdasarkan pembahasan mengenai masalah yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan penggunaan TikTok sebagai media baru dengan judul penelitian "Penggunaan TikTok sebagai penyampaian informasi Tragedi Pembakaran Halte Sarinah".

## **METODE PENELITIAN**

Ditinjau dari jenis datanya penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang serta individual maupun kelompok. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa katakata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2017). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Sugiyono, 2008). Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan atau menceritakan pemecahan masalah yang ada sekarang dengan menggunakan kata-kata. Moleong (2017) menyatakan bahwa "deskriptif yakni data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

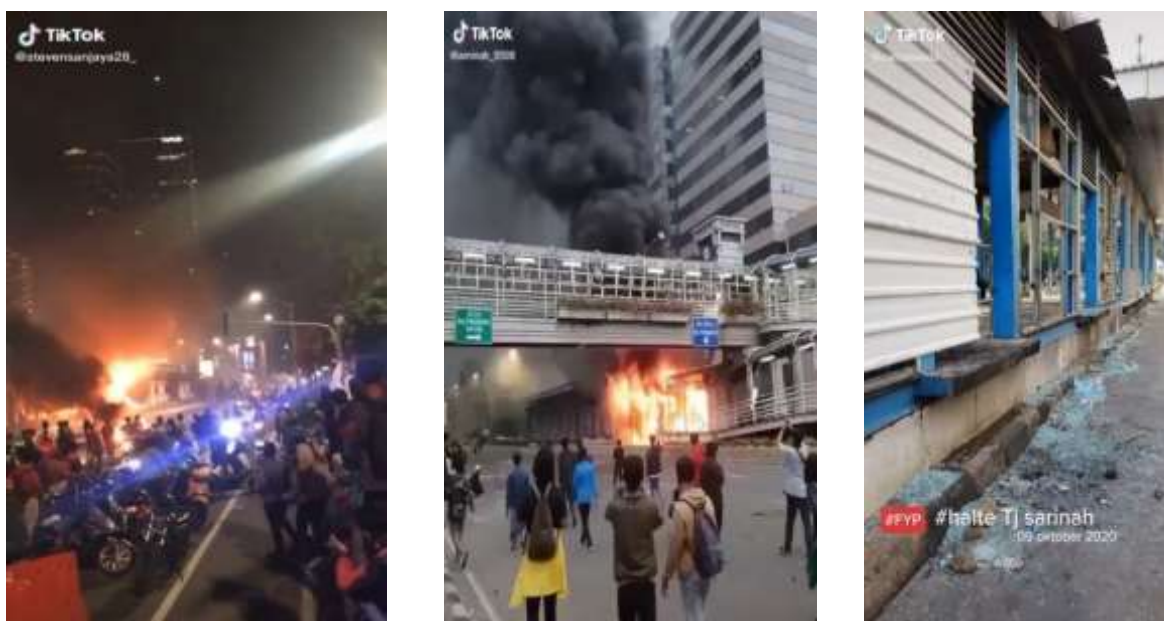
Dalam teori *uses and effect* ada beberapa poin yang paling penting berdasarkan kerangka berfikir peneliti yaitu media, khalayak, dan efek.

## 1. Media

Dalam teori *uses and effect* Media adalah perantara yang menyampaikan informasi pada khalayak. Media yang digunakan dalam skripsi ini adalah TikTok. Dalam video Youtube Narasi Newsroom yang telah dijelaskan dalam penelitian ini video Tik-Tok menjadi dasar pengungkapan peristiwa kebakaran Halte Sarinah saat unjuk rasa Omnibus Law. Peneliti menetapkan 6 video Tik-Tok dari 4 akun yaitu dari akun @iradiojakarta, @callusvanda, @aminah\_0598 dan @stevensanjaya28\_ yang mengunggah video peristiwa kebakaran Halte Sarinah saat unjuk rasa sedang berlangsung.

## 2. Khalayak

Dalam konsep *uses and effect* Khalayak adalah sekumpulan individu yang menggunakan media untuk mengonsumsi informasi. Khalayak pada penelitian ini adalah para pengguna TikTok yang melihat aksi unjuk rasa RUU Cipta Kerja dan kebakaran Halte Sarinah serta penonton video Youtube Narasi Newsroom 62 menit operasi pembakaran Halte Sarinah.



Gambar 1. Screenshot Video Tiktok

## 3. Efek

Efek menurut konsep *uses and effect* adalah informasi yang diterima khalayak melalui penggunaan media. Efek dalam penelitian ini adalah penggunaan TikTok dapat memberikan informasi penting dalam peristiwa kebakaran Halte Sarinah. Para pengguna TikTok yang mengunggah video kebakaran Halte Sarinah yang awalnya hanya ingin menyampaikan informasi tentang kebakaran Halte Sarinah ternyata dapat menjadi informasi penting untuk mengungkap peristiwa Kebakaran Halte Sarinah berkat penelusuran dari tim Narasi TV melalui video Youtube 62 menit operasi pembakaran Halte Sarinah.

Aksi unjuk rasa menolak RUU Cipta Kerja atau *Omnibus Law* yang cukup menyita perhatian pada saat itu tak luput dari pandangan Narasi TV. Tim Narasi TV melakukan

analisis seputar kejadian unjuk rasa dengan menelusuri sebuah tragedi yang cukup menyita perhatian saat aksi unjuk rasa terjadi, yaitu Pembakaran Halte Sarinah. Melalui kanal Youtube Narasi Newsroom, tim Narasi TV melakukan investigasi seputar kejadian kebakaran halte Sarinah dengan mengunggah sebuah video dengan judul “62 Menit Operasi Pembakaran Halte Sarinah”.

Hingga saat ini video 62 Menit Operasi Pembakaran Halte Sarinah telah ditonton sebanyak 10 juta kali dan dikomentari 10 ribu orang. Hal tersebut mengindikasikan bahwa penelusuran Tim Narasi TV tentang kebakaran Halte Sarinah mendapat banyak perhatian. Penggunaan TikTok sebagai media baru dalam penyampaian informasi tragedi pembakaran Halte Sarinah cukup efektif. Hal ini dapat dilihat dari kolom komentar video 62 menit Operasi Pembakaran Halte Sarinah yang berisi banyak tanggapan positif. Pujian ditujukan kepada tim Narasi TV karena video hasil penelusuran yang mereka tampilkan sangat jelas dan mendalam dan dapat dikatakan sebagai level tertinggi dalam dunia jurnalistik Indonesia. Komentar lainnya menyinggung tentang penggunaan Tik-Tok dalam video penelusuran tersebut dimana TikTok dapat berfungsi menjadi media informasi yang penting, pada konteks ini TikTok digunakan sebagai sarana penelusuran kebakaran Halte Sarinah oleh tim Narasi TV.

Dalam ruang lingkup komunikasi, penggunaan TikTok dalam penyampaian informasi tragedi pembakaran Halte Sarinah telah memenuhi salah satu fungsi komunikasi yaitu Komunikasi Massa dimana TikTok berfungsi sebagai media massa dalam proses penyampaian informasi kejadian pembakaran Halte Sarinah kepada masyarakat luas. Penggunaan TikTok dalam penyampaian informasi tragedi pembakaran Halte Sarinah juga telah membuat TikTok menjadi salah satu wadah bagi masyarakat umum untuk melakukan jurnalisme warga atau lebih populer dikenal dengan *citizen journalism*. Hal ini bisa terjadi karena penggunaan TikTok dilihat dari salah satu teori komunikasi yaitu teori *uses and effect*.

Konsep dasar *uses and effect* yaitu untuk melihat penggunaan media menghasilkan efek kepada publik. Penggunaan media oleh khalayak menurut *uses and effect* dipengaruhi karakteristik individu, persepsi terhadap media, serta tingkat akses media. *Citizen Journalism* melalui TikTok adalah efek dari penggunaan media terhadap publik. Penggunaan TikTok dalam penyampaian informasi tragedi pembakaran Halte Sarinah dipengaruhi oleh karakteristik individu masyarakat umum dimana tiap orang memiliki keinginan dan selera yang berbeda dalam mengkonsumsi informasi dari media, ada yang suka dengan media konvensional seperti Surat Kabar, Radio, Televisi, dan ada yang suka dengan media baru yaitu melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan media yang paling baru adalah TikTok.

Penggunaan TikTok oleh khalayak kemudian dipengaruhi oleh persepsi terhadap media karena saat ini banyak orang yang mulai kurang percaya terhadap media massa karena tiap media menginformasikan suatu berita sesuai dengan keinginan mereka masing-masing. Tiap media membingkai satu berita yang sama dengan ciri khas mereka masing-masing sehingga masyarakat menjadi bingung untuk melihat kebenaran dari setiap berita.

Tingkat akses terhadap TikTok menjadi hal dasar yang membuat TikTok dapat digunakan sebagai media *citizen journalism*. Aplikasi TikTok dapat dengan mudah diakses oleh semua orang dengan mengunduhnya di ponsel pintar masing-masing.

Dengan sifatnya yang fleksibel dan *real-time* dimana masyarakat bisa mengakses suatu informasi kapanpun dan dimanapun dengan sangat cepat serta fakta bahwa TikTok telah diunduh sebanyak 45,8 juta kali membuktikan bahwa TikTok dapat digunakan sebagai media jurnalisme warga dengan merekam suatu kejadian penting dan menyebarkannya. Berbeda dengan jurnalisme warga melalui media massa konvensional seperti Televisi, tingkat aksesnya lebih sulit. Banyak persyaratan yang harus diikuti jika masyarakat ingin video jurnalisme warga mereka dipublikasi di Televisi, belum lagi dengan kemungkinan sensor media terhadap video tersebut. Terlebih lagi, saat ini khalayak umum memiliki persepsi yang kurang baik terhadap media konvensional, khususnya Televisi. Jika *Citizen Journalism* dilakukan di TikTok maka masyarakat dapat melihat kebenaran dari suatu informasi dari sudut pandang masyarakat, bukan dari media massa.

Karena saat ini TikTok bisa digunakan sebagai media jurnalisme warga atau *citizen journalism* maka TikTok mulai bertransformasi dari hanya sekedar media hiburan menjadi sebuah instrumen baru dalam penyampaian informasi di era *new media*.

## SIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang didapat adalah:

1. TikTok dapat berfungsi sebagai media informasi.
2. TikTok dapat digunakan oleh masyarakat umum sebagai wadah jurnalisme warga atau *citizen journalism*.
3. TikTok dapat menjadi informasi penting dalam penelusuran untuk mengungkap peristiwa kebakaran Halte Sarinah.
4. TikTok saat ini mulai bertransformasi dari media hiburan menjadi sebuah instrumen baru dalam penyampaian informasi

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. 2011. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama
- Arifin, Anwar. 2012. *Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: Rajawali
- Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problematika Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Danaher, P.J., Wilson, I and Davis, R. 2003. *A Comparison of Online and Offline Consumer Brand Loyalty, Marketing Science*. Horton, Paul B and Chestern L Hunt. (1996). *Sosiologi Jilid 2* (edisi 6) Diterjemahkan oleh: Amiruddin Ram dan Tita Sobari. Jakarta: Erlangga
- Danesi, Marcel. 2012. *Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dwidjowinoto, Wahyudi. 2002. *Kesahihan Pengamat dan Wawancara*. Bahan penataran metode penelitian kualitatif bagi dosen-dosen Surabaya: Universitas Negeri Surabaya
- Flew, T. 2002. *New Media: An Introduction*. Melbourne: Oxford University Press.

- Kadir, Abdul. 2002. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kaplan, Andreas and Michael Haenlein. 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons
- Kriyantono, Rachmat .2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Lister, Martin. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge
- Miles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Diterjemahkan oleh: Tjetjep Rohedi Rusidi. Jakarta: Universitas Indonesia
- Morissan dan Andy Corry Wardhani. 2009. *Teori Komunikasi: tentang Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mcquail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Diterjemahkan oleh: Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga
- Nurudin, 2003. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru dan munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2004. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2005. *Teori Komunikasi Massa: Media, Effect, dan Audience*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior (Buying, Having, and Being)*. New Jersey: Pearson.

### **Skripsi**

- Marini, Riska. 2019. "Pengaruh Media Sosial Tik-Tok terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah". Skripsi. FITK, Pendidikan Agama Islam, UIN Raden Intan, Lampung.
- Rohma, NN. 2016. *Budaya Indonesia Dalam Program Seri Komedi Mockumentary "Malam Minggu Miko 2" Cerita Malam Baru Miko di Kompas Tv (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)*. Institut Seni Indonesia

### **Jurnal**

- Alfirahmi. 2019. "Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 ditinjau dari marketing dan Teori Uses and Effect". Jurnal Lugas. Vol. 3 No. 1, pp. 24-32
- Livingstone, S. 1999. "New Media, new audience", New Media and Society, Vol. 1, No. 1, pp. 59-68
- Mudjiono, Yoyon. 2011. "Kajian Semiotika Dalam Film". Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.1, No.1
- Mekarisce, Arnild Augina. 2020. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat". Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat, Vol. 12, Edisi 3

- Nova, Sari Puti. 2018. "*Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram sebagai Media Informasi Pegawai PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Pekanbaru*". Jurnal Online Mahasiswa FISIP, Vol. 5, No. 1
- Rice, R. 1999. "*Artifacts and Paradoxes in New Media*". New Media and Society, Vol. 1, No. 1, pp. 24-32