

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 MEDIA MASSA

Media massa termasuk cetak dan elektronik digunakan dalam komunikasi massa. Komunikasi massa, atau media massa yang diciptakan oleh teknologi masa kini dan dulunya media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain, merupakan cikal bakal munculnya media massa. Dalam konteks komunikasi massa, istilah “massa” lebih mengacu pada orang-orang yang menerima pesan yang terkait dengan media massa, atau sikap dan tindakan masyarakat umum sehubungan dengan fungsi tersebut. Sama halnya dengan aspek komunikasi lainnya pada umumnya, media massa juga harus berperan dalam proses komunikasi massa sebagai sarana penyampaian atau penyebaran informasi. Media massa merupakan alat dalam berkomunikasi yang dapat menyampaikan pesan secara bersamaan dengan cepat kepada khalayak yang luas dan beragam karena tidak berdiri sendiri melainkan memerlukan manusia yang bertugas menangani informasi sebelum informasi tersebut sampai kepada khalayaknya (Nurudin, 2007).

Kelebihan media massa dibanding dengan dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas. Menurut Alexix S. Tan, dalam komunikasi massa komunikator adalah organisasi sosial yang mampu memproduksi pesan dan mengirimnya secara serempak ke sejumlah orang banyak secara terpisah. Apabila diterjemahkan secara bebas komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya sementara itu menurut Jay Black dan Frederick C White (1988) disebutkan komunikasi massa adalah sebuah proses di mana pesan - pesan yang di massa adalah sebuah proses dimana pesan - pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen (Nurudin, 2007).

Terdapat tujuh ciri - ciri komunikasi massa yakni komunikator dalam komunikasi massa, Komunikasi dalam komunikasi bersifat heterogen, Pesannya bersifat umum, Komunikasi berlangsung satu arah, Komunikasi massa menimbulkan keserempakan, Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknik dan yang terakhir komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*(Nurudin, 2007).

a. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga

Dalam komunikasi massa, komunikatornya tidak hanya satu orang; mereka adalah sekelompok orang yang merupakan perpaduan berbagai aspek yang berkolaborasi dalam suatu organisasi. Lembaga khusus ini menyerupai suatu sistem. Sistem adalah “sekelompok” individu, aturan, dan media yang terlibat dalam tindakan mengolah, menyimpan, dan menuangkan pemikiran, simbol, dan pesan ke dalam keputusan untuk mencapai pemahaman dan kesepakatan satu sama lain dengan mengolah pesan tersebut menjadi suatu sumber pengetahuan.

b. Komunikasi dalam komunikasi massa heterogen

Khalayak komunikasi massa bersifat heterogen/beragam, yang berarti bahwa mereka tidak semuanya sama dalam hal pendidikan, usia, jenis kelamin, latar belakang sosial ekonomi, atau sudut pandang agama.

c. Pesannya bersifat umum

Komunikasi massa adalah penyampaian komunikasi kepada khalayak luas, bukan kepada satu individu atau kelompok masyarakat tertentu. Pesan yang disampaikan tidak bisa bersifat khusus.

d. Komunikasi berlangsung satu arah

Hanya ada satu cara komunikasi dalam media tertulis, yaitu koran. Kita tidak bisa merespons secara langsung kepada komunikator dalam hal ini (media yang bersangkutan).

e. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Penyebaran pesan melalui komunikasi massa terjadi secara bersamaan. Karena cakupan wilayahnya yang berbeda-beda, maka penerimaannya mungkin berbeda-beda, namun secara bersamaan hanya mengandung arti bahwa masyarakat bisa dibilang menikmati media massa secara bersamaan. Namun, komunikator media berupaya untuk secara bersamaan menyiarkan informasi mereka.

f. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknik

Penggunaan peralatan teknologi sangat penting bagi media massa, yang berfungsi sebagai sarana utama berkomunikasi dengan khalayaknya. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar mekanis atau elektrik untuk media elektronik.

g. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*

Gatekeeper juga dikenal sebagai penyaring informasi. *Gatekeeper* sangat penting dalam penyebaran informasi melalui media. *Gatekeeper* bertugas untuk menambah atau mengurangi, menyederhanakan, dan mengemas informasi sehingga lebih mudah dipahami.

2.2 MEDIA SOSIAL

Seiring dengan kemajuan zaman, kehadiran media semakin bervariasi dan berkembang, seperti media massa yang berkembang menjadi media sosial atau disebut juga media baru, yaitu media yang menawarkan digitalisasi, interaktivitas konvergensi, dan pengembangan jaringan terkait pengiriman pesan dan komunikasi (Watie, 2016). Televisi, radio, majalah, dan surat kabar dikategorikan sebagai media lama, sedangkan media internet yang memuat informasi online dikategorikan sebagai media baru atau media sosial. Kata “media baru” atau “media sosial” adalah terminologi untuk mengkarakterisasi kualitas media yang berbeda dari media lama. Oleh karena itu, bahasa ini tidak berarti bahwa media lama akan hilang dan digantikan oleh media baru, melainkan sesuatu yang baru akan digambarkan olehnya. Karena media sosial sangat interaktif, maka termasuk dalam kategori media baru. Media sosial adalah platform internet tempat orang dapat dengan mudah berinteraksi dan berbagi konten tanpa batasan waktu atau geografi. Keberadaan media sosial menciptakan peluang baru bagi setiap orang untuk mengekspresikan diri secara bebas. Kementerian Komunikasi dan Informatika melaporkan saat ini terdapat 63 juta pengguna internet di Indonesia, 95% di antaranya memanfaatkan internet untuk mengakses jejaring sosial atau media sosial.

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial tiga

bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition) komunikasi (communication) dan kerjasama (*cooperation*) (Nasrullah, n.d.).

Terdapat enam kategori besar media sosial yang diantaranya yaitu Social networking, Blog, Microblogging, Media sharing, social bookmarking dan wiki (Nasrullah, n.d.).

1. *Social Networking*

Social networking dapat dimanfaatkan untuk berinteraksi, termasuk efek dari interaksi tersebut di dunia maya. Membuat jaringan pertemanan baru adalah fitur utama layanan jejaring sosial. Berdasarkan minat yang sama, seperti hobi, kelompok pertemanan baru ini pun bermunculan. Instagram dan Facebook adalah dua contoh situs media sosial.

2. Blog

Blog merupakan salah satu jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya berbagi informasi dengan pengguna lain, mempublikasikan aktivitas sehari-hari, dan saling memberikan komentar.

3. *Microblogging*

Microblogging adalah suatu bentuk media sosial yang memungkinkan penggunanya memposting dan menulis tentang aktivitas mereka. Munculnya media sosial semacam ini secara historis dikaitkan dengan Twitter, yang menawarkan ruang terbatas—maksimum 140 karakter.

4. *Media Sharing*

Pengguna media sosial juga dapat berbagi dan menyimpan media secara online, termasuk dokumen, video, serta file audio dan visual. YouTube, Flickr, Photobucket, dan Snapfish adalah beberapa platform media sosial lainnya sebagai contoh.

5. *Social Bookmarking*

Media sosial yang digunakan untuk mengelola, menyimpan, mengatur, dan mencari berita atau informasi *online* dikenal dengan istilah *social*

bookmarking. Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan LintasMe di Indonesia adalah situs *social bookmarking* yang populer.

6. Wiki

Wiki, sering dikenal sebagai media konten bersama atau sebuah situs web tempat pengguna berkolaborasi untuk membuat konten. Informasi yang dipublikasikan dapat dimodifikasi atau diedit oleh pengguna web mana pun.

Media sosial yang digunakan pada Tugas akhir karya magang ini yaitu TikTok yang termasuk kedalam jenis media sosial kategori *Social Networking* karena konten yang disajikan merupakan konten - konten keseharian yang penggunanya membentuk pertemanan baru.

Akan tetapi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Malang memiliki berbagai macam media sosial Berdasarkan riset yang dilakukan oleh penulis DISKOMINFO Kabupaten Malang memiliki dan mengelola lima akun media sosial resmi, terdiri dari instagram, youtube, tiktok. Twitter dan facebook.

Pada media sosial instagram dengan nama @kominfokabmlg bergabung pada Maret 2018 dengan 17,5 ribu *followers*. Sementara untuk youtube memiliki 1,4 ribu *subscriber* dengan awal *postingan* pada tanggal 4 Oktober 2018 dibuat dengan nama @Diskominfo Malangkab. Selanjutnya TikTok memiliki 329 *followers* dengan awal *posting* pada tanggal 14 November 2021 dengan nama akun @kominfokabmlg. Lalu untuk twitter dengan nama @KominfoKabMlg memiliki 3000 pengikut dengan awal *tweet* nya pada 11 april 2021. Dan yang terakhir media sosial facebook nama akunnya adalah @Dinas Kominfo Kabupaten Malang, awal upload postingan pada tanggal 9 September 2020. Data tersebut adalah data riset penulis pada saat awal magang untuk saat ini kemungkinan data telah berkembang atau berubah dari segi jumlah *followers*.

2.3 TIKTOK

Terlepas dari banyaknya platform media sosial yang tersedia saat ini karena kemajuan teknologi, kompas.com melaporkan bahwa pada tahun 2023, WhatsApp, Instagram, TikTok, Facebook, dan Twitter akan menjadi 5 platform terpopuler (Saskia & Nistanto, 2023).

Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter adalah platform media sosial yang digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Malang untuk membangun hubungan baik dengan media dan masyarakat. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Malang sudah cukup lama aktif di media sosial, kecuali TikTok. Mengingat Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Malang sudah aktif menggunakan TikTok untuk menyebarkan informasi sejak April 2023, maka keputusan tersebut cukup tepat. TikTok merupakan aplikasi terbaru yang sedang populer dan penggunanya sebagian besar adalah generasi milenial.

Platform media sosial TikTok dikembangkan di China oleh seorang pengusaha bernama Zhang Yimin, pada tahun 2016 (Anonim, 2023). Satu-satunya tempat di mana program ini dapat digunakan secara lokal adalah di China, yang hanya tersedia dalam bahasa China. TikTok mulai digunakan secara global sekitar tahun 2017 dan dalam rangka ekspansi ke mancanegara pengelola TikTok memutuskan untuk masuk ke pasar Indonesia pada tahun 2017 bulan september akan tetapi TikTok mengalami pembatasan penggunaan di Indonesia pada tahun 2018. Pembatasan penggunaan tersebut terjadi karena kementerian komunikasi dan informatika mendapat tiga ribu aduan dari masyarakat terkait konten negatif di aplikasi TikTok. Laporan tersebut yang menjadi salah satu dasar pemblokiran platform asal China tersebut. Ada laporan dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Anak dan Komisi Perlindungan Anak selain keluhan dari masyarakat umum. Akibatnya, platform tersebut diawasi oleh tim siber dan mesin sensor internet Kominfo, yang memunculkan banyak konten tidak pantas seperti pornografi, amoralitas, dan pelecehan agama. Dengan begitu kominfo menghubungi tim TikTok untuk secepatnya membersihkan konten tersebut. Pemblokiran tersebut bersifat sementara sampai TikTok memenuhi syarat yang diminta oleh kominfo. Pada tanggal 3 juli 2018 Kementerian Komunikasi dan informatika telah membuka blokir aplikasi TikTok. Untuk mencegah konten negatif muncul kembali TikTok mengembangkan sistem keamanannya dan juga kecerdasan buatan untuk membantu menyaring konten negatif.

Setelah 4 tahun sejak debutnya, yaitu pada tahun 2019, TikTok baru-baru ini mengalami peningkatan pengguna, dengan hampir 500 juta orang menggunakannya di seluruh dunia. Lebih dari 2 miliar orang telah mengunduh TikTok yang tersedia hingga April 2020. Jumlah unduhan Instagram yang mencapai 500 juta melampaui angka tersebut. Perluasan basis pengguna TikTok bisa disebabkan oleh kemudahan aksesibilitas aplikasi ini kepada pengguna di berbagai negara. Saat ini, terdapat 154 negara yang menawarkan layanan TikTok, dan jumlah aplikasi TikTok pada tahun 2020 berkembang pesat dan menjadikan

dirinya sebagai budaya baru di Indonesia. TikTok merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan saat ini. Aplikasi TikTok diunduh sebanyak 63,3 juta kali pada tahun 2020, dengan 11% dari unduhan tersebut berasal dari Indonesia, yang menempati posisi teratas di antara negara-negara lainnya.

TikTok adalah aplikasi media sosial dan situs berbagi video musik yang memungkinkan pengguna membuat, mengedit, dan berbagi klip video singkat dengan musik dan filter. Pengguna dapat dengan cepat dan mudah membuat video asli dan singkat menggunakan aplikasi untuk dibagikan kepada teman dan seluruh dunia. Untuk menginspirasi kreativitas pengguna dan membantu mereka menjadi pembuat konten, aplikasi video sosial pendek ini menyediakan banyak dukungan musik. Pengguna dapat melakukan pertunjukan seperti menari dan gaya bebas. TikTok mampu memberikan penawaran yang lebih baik dan menstimulasi permintaan berkat bantuan perusahaan teknologi pintar ByteDance, yang mampu mengidentifikasi apa yang diinginkan pelanggan dan apa yang paling sering mereka lakukan. Menurut pengembang Tiktok, aplikasi tersebut dapat langsung mengidentifikasi wajah-wajah yang memiliki atribut wajah lucu seperti ekspresi menarik, keren, bodoh, dan canggung. Pengguna aplikasi TikTok juga dapat mengakses berbagai efek khusus, dan video pendek yang dihasilkan menarik karena memiliki efek siap pakai.

Adapun beberapa fitur - fitur TikTok yang diantaranya sebagai berikut (Pangestu, 2022):

a. Fitur penambah musik

Karena TikTok adalah platform untuk video musik, salah satu fungsi utamanya adalah kemampuan untuk menambahkan musik ke video. Pengguna TikTok dapat menambahkan musik apa pun yang tersedia di aplikasi yang dimiliki oleh pemiliknya dan tidak dilindungi hak cipta.

b. *Filter* pada video

Pengguna TikTok dapat menambahkan *filter* pada video untuk mengubah keseimbangan warna video dan juga dapat mengubah tone atau nada video berdasarkan objek dalam video.

c. *Filter sticker* dan efek video

Pengguna TikTok diberikan opsi untuk menguji efek dari setidaknya lima kategori berbeda, termasuk efek visual, efek stiker, efek transisi, efek split, dan waktu. Efek stiker hadir dalam berbagai gaya, antara lain hot, klasik, *selfie*, rambut, lucu, interaktif, hati, vlog, binatang, kacamata, dan lain-lain. *Filter* dimaksudkan untuk memungkinkan pengguna membuat video asli.

d. *Filter voice changer*

Pengguna TikTok dapat mengubah suara dengan *filter* ini. Pengguna dapat merubah video yang mereka buat dengan berbagai efek suara dengan mudah dapat menambah kesenangan dan kreativitas video dengan cara cukup rekam atau pilih galeri ponsel cerdas dan pilih efek suara.

e. *Filter Beautify*

Bagi pengguna yang ingin tampil lebih percaya diri dalam membuat setiap videonya TikTok menawarkan fitur mempercantik agar wajah pengguna dapat terlihat lebih cantik, menarik bahkan keren dan unik. Selain itu fitur tersebut dapat mengatur bentuk wajah, warna mata dan menghaluskan wajah.

f. *Filter auto captions*

Kemampuan untuk memasukkan *subtitle* yang dihasilkan secara otomatis oleh aplikasi sangat membantu pembuat konten. Fungsi ini berguna untuk memudahkan akses dan kenikmatan setiap orang terhadap video yang diproduksi, terutama bagi orang-orang yang memiliki kesulitan pendengaran. Ini sangat mudah digunakan; cukup klik "*Subtitle*" pada halaman edit sebelum mengunggah video, dan program akan secara otomatis menempelkan suara penulis ke dalam konten. Lihat dan perbaiki *subtitle* yang telah disiapkan setelah itu untuk memastikan teks bebas dari masalah.

g. Fitur hapus komen dan blokir pengguna secara masal

Fitur tersebut membantu pembuat konten menghindari intimidasi. Cara penggunaan yakni dapat menekan lama pada komentar atau mengetuk ikon pensil di sudut kiri atas untuk membuka opsi. Pembuat konten dapat

memilih 100 komentar atau akun untuk dihapus atau diblokir dengan begitu tidak perlu memeriksa satu persatu ini sangat mudah untuk menghapus atau memblokir akun.

h. Fitur live

Pada fitur *live* ini tidak semua pengguna TikTok dapat menggunakan karena hanya pengguna dengan setidaknya 1000 pengikut yang dapat melakukan *live* di TikTok.

Pada fitur - fitur yang disediakan oleh TikTok tersebut tidak semua Akun TikTok Dinas Komunikasi dan informatika Kabupaten Malang sudah menggunakannya berikut penjelasannya:

Fitur yang telah digunakan oleh akun TikTok DISKOMINFO Kabupaten Malang yakni

a. Fitur penambah musik

Pada fitur tersebut akun TikTok Dinas Komunikasi dan informatika Kabupaten Malang selalu menggunakannya karena fitur penambah musik tersebut dapat mempengaruhi algoritma pada konten tersebut.

b. *Filter* pada video

Filter pada video tidak selalu dipergunakan tergantung dari hasil video yang akan di *upload* apabila dirasa perlu adanya mengubah keseimbangan warna video dan juga dapat mengubah tone atau nada video saja.

c. *Filter sticker* dan efek video

Pada *filter sticker* dan efek video ini tergantung pada konsep video konten tidak semua video konten dapat menggunakannya akan tetapi *filter* ini digunakan dengan disesuaikan dengan tren yang sedang berjalan.

d. *Filter Beautify*

Pada *filter beautify* ini guna meningkatkan kepercayaan diri sang *talent* yang ada di dalam video konten tersebut *filter beautify* tersebut digunakan.

Ada juga fitur TikTok yang belum digunakan oleh akun TikTok DISKOMINFO Kabupaten Malang diantaranya:

a. *fitur Filter voice changer*

Karena untuk pengeditan konten tidak menggunakan aplikasi TikTok langsung melainkan menggunakan aplikasi editing video lainnya untuk itu untuk *filter* tersebut tidak dipergunakan.

b. *Filter auto captions*

Untuk fitur *filter auto captions* sendiri tidak semua konten TikTok Dinas Komunikasi dan informatika kabupaten malang menggunakan suara atau *voice over* melainkan menggunakan teks di dalam video untuk itu pada fitur ini belum dipergunakan.

c. *Fitur hapus komen dan blokir pengguna secara masal*

Guna untuk membangun hubungan baik dengan media dan masyarakat setiap komen dari audiens admin akan membalasnya agar ada interaksi dengan audiens jadi untuk itu *filter* tersebut tidak dipergunakan.

d. *Fitur live*

Untuk *fitur live* tersebut untuk bisa menggunakannya memiliki persyaratan yakni minimum memiliki 1000 pengikut yang dimana TikTok Dinas komunikasi dan informatika Kabupaten Malang belum memenuhi persyaratan tersebut untuk itu *fitur live* masih belum bisa dipergunakan di Akun TikTok Dinas Komunikasi dan informatika Kabupaten Malang.

Cara pengguna menggunakan aplikasi TikTok ditentukan oleh preferensi penggunaannya; berikut adalah beberapa contoh penggunaan yang dapat diterima dan tidak dapat diterima.

Berikut adalah beberapa kelebihan dari media sosial TikTok (Anggi, 2022):

1. Hiburan Tanpa Batas

Banyak sekali orang yang ingin menghibur orang lain dengan membagikan kompilasi video lucu. Cara termudah untuk tersenyum dan melepaskan tekanan adalah dengan memiliki akun TikTok ada jutaan video yang disesuaikan dengan minat Anda.

2. TikTok bisa membuatmu terkenal

Hanya dengan mengedit video di aplikasi TikTok, sejumlah artis pendatang baru telah mendapatkan *eksposur* internasional.

3. Siapapun dapat mengedit video TikTok.

Menggunakan program ini tidak memerlukan pengalaman sebelumnya dalam mengedit video atau menambahkan musik latar. Perangkat lunak video ini, yang tersedia di lebih dari 150 negara dan lebih dari 75 bahasa, memiliki tata letak paling mudah dengan fitur pengeditan audio dan video yang mudah digunakan.

4. Tidak diperlukan keterampilan khusus.

Kemampuan Aplikasi Video TikTok yang menjadi viral dengan cepat inilah yang membuatnya begitu populer. Tidak perlu mengembangkan kemampuan baru. Lakukan apa yang Anda inginkan, ekspresikan diri Anda di internet, dan tunjukkan karya Anda kepada orang-orang yang menghargainya. Ketenaran hanya tinggal beberapa menit lagi karena semakin banyak orang berinteraksi dengan konten Anda, semakin besar kemungkinan konten tersebut menjadi viral secara online. Pada akhirnya, setiap orang membutuhkan perhatian, dan konten berkualitas tinggi melakukan lebih dari yang diharapkan untuk mendapatkannya.

5. TikTok Menjadi Tempat Berkreasi.

Mayoritas platform media sosial, baik Facebook, Instagram, dan lainnya, ramai dikunjungi pengguna yang merupakan teman, saudara, influencer, hingga rekan kerja. Terkadang ada pelanggaran privasi, dan sebagian besar kontennya tidak menginspirasi dan hanya menampilkan kehidupan sehari-hari. Itu sebabnya tiktok ini berbeda basis pengguna dan klasifikasinya yang beragam dapat berfungsi sebagai model untuk menghasilkan materi yang lebih dari sekadar itu.

6. TikTok Menyediakan Pemirsa yang Besar.

Dengan 800 juta pengguna aktif, TikTok berdiri sebagai salah satu jaringan media sosial paling populer. Ini menempatkannya di bawah 1 miliar pengguna aktif Instagram. Saat ini aplikasi sosial terpopuler ketujuh secara global, melampaui Twitter dan Snapchat, yang masing-masing berada di peringkat ke-12 dan ke-13.

7. TikTok Ada di Segala Penjuru Dunia.

Dengan adanya TikTok di seluruh penjuru dunia memiliki peluang untuk menjangkau audiens di seluruh dunia. Ini adalah metode yang berguna untuk melokalisasi strategi pemasaran bagi perusahaan dengan banyak lokasi. Mereka mampu berkomunikasi dengan pasar mereka yang beragam dengan mengembangkan iklan dalam berbagai bahasa.

8. TikTok Menjadi Media Sosial Tanpa Hujatan

TikTok hanyalah sebuah aplikasi yang menawarkan banyak hiburan dan informasi bermanfaat kepada pengguna.

Adapun kekurangan dari Aplikasi TikTok yang diantaranya sebagai berikut (Anggi, 2022):

1. Akun palsu dan penipuan.

Situs web dewasa dan akun palsu adalah hal yang umum dalam Risiko TikTok, menurut laporan yang dibuat oleh perusahaan keamanan siber Tenable pada bulan Agustus 2019. Karena aplikasi ini mendapatkan lebih banyak perhatian dari masyarakat, beberapa pengguna perangkat lunak pengawasan percaya bahwa aplikasi video TikTok menyediakan platform yang ideal untuk penipuan identitas atau pelanggaran hak. Baru-baru ini, sebagian besar pengguna mengeluh bahwa aplikasi TikTok telah mengarahkan mereka ke penipuan kencan dewasa. Hal ini menimbulkan kekhawatiran di antara banyak orang tua yang khawatir tentang anak-anak mereka yang menggunakan aplikasi ini.

2. Penyalahgunaan dan Kecanduan.

Pengguna semakin bergantung pada penyalahgunaan aplikasi karena aplikasi ini menggabungkan kelebihan dan kekurangan TikTok, yang sering menampung lebih banyak konten. Aplikasi TikTok, yang menarik konsumen dari segala usia, didasarkan pada data video. Anak-anak lebih umum mengakses konten yang diunggah menggunakan aplikasi video TikTok. Bahkan orang tua pun menderita kecanduan semacam ini.

3. Konten yang menyinggung dan ujaran kebencian.

Kelebihan dan Kekurangan TikTok Selain menyenangkan, banyak orang yang memposting konten kekerasan, vulgar, atau sensitif. Aplikasi ini dalam bahaya karena, menurut Jerusalem

Post, sebuah video yang menggambarkan serangan teroris terhadap warga Israel menjadi viral. Meskipun TikTok dengan cepat menghapus video tersebut, namun hal ini tetap menjadi peringatan global.

4. Buang-buang waktu

Periksa apa yang mungkin lebih merugikan daripada menonton video tanpa henti. Bagi kebanyakan dari masyarakat, kegembiraan dan kesenangan datang begitu saja. Ingatkan diri sendiri bahwa video berdurasi 15 detik tidak dapat mengajari apa pun. Dengan menggunakan aplikasi TikTok tidak mungkin menemukan instruksi apa pun. Disarankan untuk membatasi seberapa sering menggunakan aplikasi ini agar lebih sesuai dengan jadwal. Dibandingkan dengan klip video, melakukan aktivitas secara real time tampaknya memiliki kelebihan.

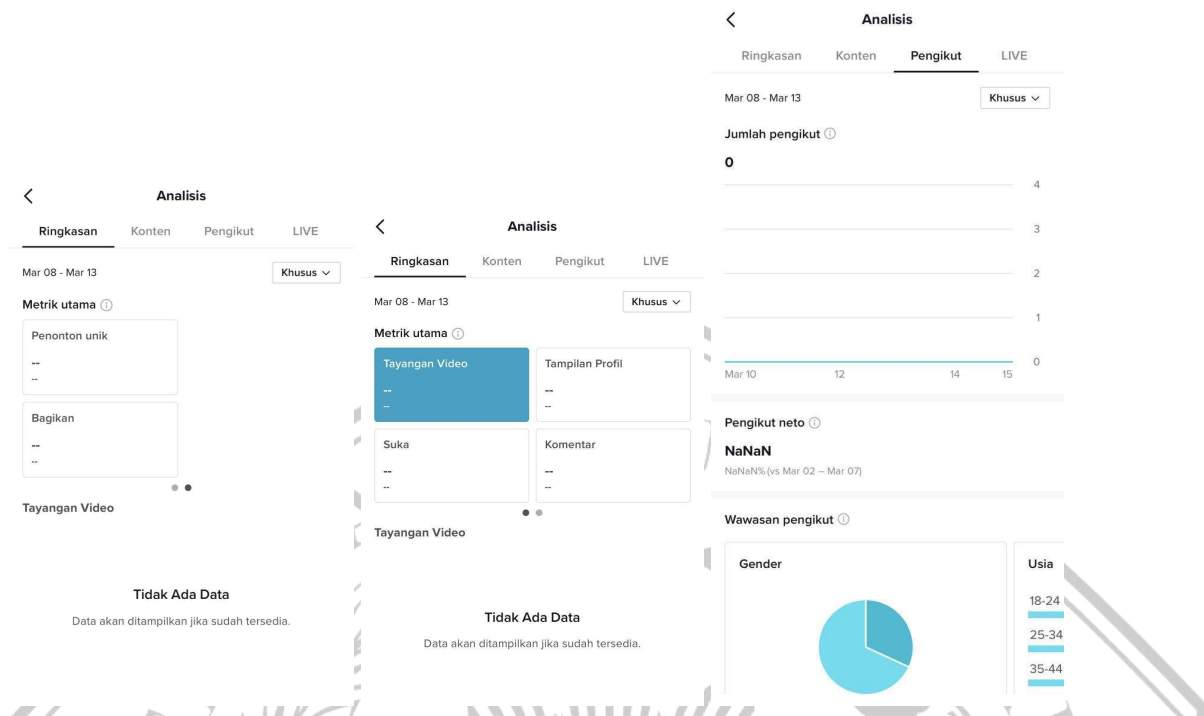
5. Alat pelecehan.

Meluasnya penggunaan TikTok sebagai alat pelecehan seksual telah menarik perhatian pengguna di AS, Inggris, dan India. Hal ini juga menimbulkan kekhawatiran tentang betapa tidak sopannya hal tersebut bagi sebagian pengguna atau budaya. Aplikasi media sosial telah berkembang menjadi sarana praktis untuk menyuarakan keluhan dan mengundang ejekan publik. Karena setiap orang berhak atas kebebasan berpendapat, penting untuk mempertimbangkan konsekuensi dari menghina atau mencemarkan nama baik seseorang.

2.4 TiTok DISKOMINFO Kabupaten Malang

DISKOMINFO Kabupaten Malang memiliki akun *official* TikTok sejak tahun 2021 dengan Postingan awal pada tanggal 15 November 2021 dan postingan terakhir pada TikTok Diskominfo Kabupaten Malang pada tanggal 24 Desember 2021, memiliki jumlah *followers* sebanyak 328, Total *Likes* sebanyak 84. 14 bulan lamanya akun TikTok DISKOMINFO Kabupaten Malang Tidak aktif. Penulis pertama kali mengunggah konten di akun *official* TikTok DISKOMINFO Kabupaten Malang pada tanggal 15 maret 2023 dengan begitu penulis tidak menemukan data apapun sebelum penulis melakukan optimasi.

Gambar 2.1 Data TikTok DISKOMINFO Kabupaten Malang



2.5 TEORI DIFUSI INOVASI

Adanya penemuan baru yaitu media sosial TikTok dengan fitur serta trendnya selalu berinovasi menurut penulis cocok dengan teori difusi inovasi karena tiktok adalah sebuah aplikasi hiburan yang terus berinovasi yang dimana informasinya sangat mudah diterima, dengan begitu menurut penulis TikTok berkesinambungan dengan teori difusi inovasi.

Teori difusi inovasi berfokus pada bagaimana media massa, khususnya, membujuk masyarakat untuk menerapkan atau menerima sesuatu yang baru atau berbeda. Difusi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana ide, teknologi, atau metode baru menyebar ke seluruh masyarakat, sedangkan adopsi menggambarkan bagaimana masyarakat memberikan respons positif terhadap penggunaan ide-ide baru. Asumsi dasar teori difusi inovasi adalah bahwa media massa mempunyai efek yang berbeda - beda pada titik - titik waktu yang berlainan, mulai dari menimbulkan tahu sampai mempengaruhi penerimaan atau penolakan (Winarni, 2003).

Model Teori Difusi Inovasi

Tabel 2.1 Model Teori Difusi Inovasi

Anteseden	Varian Media	Efek Difusi
<ul style="list-style-type: none">- Variabel penerima- Dimensi inovasi	<ul style="list-style-type: none">- Terapan media- Penggunaan media- Lurusan interpersonal	<ul style="list-style-type: none">- Temporal spasial- struktural fasal

Sumber : Jalaludin, 1984 : 82 (Winarni, 2003).

Dengan melihat model teori difusi inovasi tersebut penulis ingin meneliti bagaimana inovasi atau informasi baru tersebar melalui media sosial TikTok dengan pemanfaatan fitur serta tren yang ada. Inovasi bisa berupa berita, peristiwa, pesan - pesan, informasi, gagasan baru dan lain lain dan sejauh mana media sosial TikTok mempengaruhi efek difusi ditentukan oleh variabel antara yang dalam model tersebut disebut Anteseden.

Secara lebih terperinci gambar tersebut akan di jelaskan sebagai berikut :

- Variabel penerima meliputi : usia, jenis kelamin, dan variabel sosio psikologis komunikasi
- Karakteristik inovasi mencakup sifat komutabilitas, kompleksitas, dan manfaat relatif. Kegunaan relatif suatu inovasi menunjukkan kepada kita betapa jauh lebih baik inovasi tersebut dibandingkan dengan ide-ide yang muncul sebelumnya. Komutabilitas mengukur seberapa besar keunggulan inovasi dibandingkan teori sebelumnya. Sejauh mana suatu inovasi mematuhi nilai-nilai yang ditetapkan disebut sebagai komutabilitas. Kompleksitas adalah tingkat kesulitan suatu inovasi untuk dipahami atau diterapkan.
- Lamanya waktu yang dihabiskan untuk berinteraksi dengan berbagai media, jenis media yang digunakan, dan perbedaan hubungan yang dimiliki konsumen individu dengan media yang mereka konsumsi atau media secara keseluruhan semuanya dianggap sebagai variabel media.
- Variabel yang mempengaruhi proses difusi dapat bersifat temporal, geografis, struktural, dan fasal. Temporal menunjukkan pola adopsi gagasan baru dalam jangka waktu.

Penting untuk dicatat bahwa, menurut teori diseminasi inovasi, masyarakat tidak memutuskan untuk mengadopsi atau menolak inovasi secara bersamaan. Penulis berpendapat bahwa hipotesis difusi inovasi menyatakan bahwa komunikator yang menerima pesan dari media memiliki kapasitas persuasi yang kuat. Oleh karena itu, keputusan masyarakat untuk mengadopsi ilmu pengetahuan akan sangat dipengaruhi oleh keberadaannya dan cara penyampaiannya melalui media. Pemimpin opini dianggap memiliki dampak signifikan terhadap keyakinan dan perilaku masyarakat ketika gagasan ini pertama kali dikembangkan. Hal ini menunjukkan bahwa media merupakan arus utama yang secara signifikan mempengaruhi bagaimana pengetahuan baru disebarkan. Apalagi jika ilmu baru disebarluaskan oleh pemerintah daerah, maka difusi inovasi bisa segera sampai ke masyarakat.

Inovasi-inovasi baru berupa penyebaran informasi melalui media sosial dihasilkan dari paradigma difusi-inovasi ini. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Malang salah satunya menggunakan platform media sosial TikTok untuk menyampaikan informasi. Keunggulan media sosial bagi kehumasan pemerintah hanyalah satu dari sekian banyak keunggulan yang ditawarkan media sosial kepada penggunanya sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi. Dalam hubungan masyarakat pemerintah, media sosial dapat berfungsi sebagai platform komunikasi strategis dan publik. Media sosial untuk pemerintah merupakan perkembangan lebih lanjut dalam pemerintahan yang memanfaatkan teknologi secara maksimal dan membantu mengatasi masalah sosial.

Adapun beberapa peran media sosial bagi pemerintah sebagai berikut (Informatika, 2012):

- Media sosial dikembangkan untuk menegakkan dan meningkatkan reputasi perusahaan serta untuk menggali aspirasi masyarakat.
- Penggunaan media sosial oleh pemerintah membantu pemerintah terhubung dengan konstituennya. humas pemerintah harus mampu terhubung secara langsung, mengikuti perkembangan media sosial, dan bertindak cepat.
- Media sosial adalah bahan arsip *online*. Mengingat transparansinya, humas pemerintah harus mampu menentukan informasi apa yang boleh dan tidak boleh dibagikan kepada publik, serta bagaimana cara melakukannya.

- Media sosial memiliki khalayak yang sangat luas, oleh karena itu penting untuk memahami bagaimana informasi disebarluaskan dan bagaimana berinteraksi dengan orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda.

Adapun peran dari TikTok Dinas komunikasi dan informatika kabupaten malang yakni membangun hubungan baik dengan media dan masyarakat dengan cara menyebarkan informasi yang telah ter *planning* dengan pengoptimalan *content plan* dengan memaksimalkan beberapa peran dari media sosial pemerintahan.

