

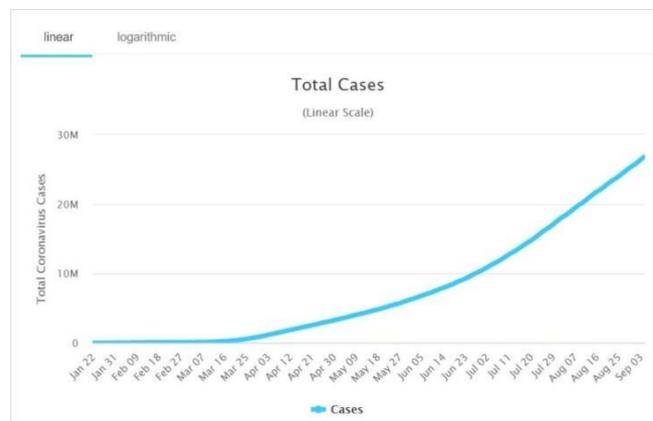
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada awal 2020, perekonomian di seluruh negara terkena imbas oleh pandemi virus *Corona*. Virus ini ditetapkan oleh *World Health Organization* (WHO) sebagai pandemi. Pandemi memiliki tiga karakteristik yaitu merupakan jenis virus baru, dapat menginfeksi banyak orang dengan mudah, dan proses penyebaran antar manusia yang efisien. Virus *Corona* memenuhi ketiga karakter tersebut karena sampai saat ini sudah terdapat 26 juta kasus dan tersebar di 215 negara. WHO memberikan nama resmi *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) untuk virus ini (Widyaningrum, 2020, para. 8).

**Gambar 1. 1 Total kasus COVID-19**



Sumber: worldsometers, 2020 *worldwide graphs total cases*

Dikutip dari *Koran Tempo*, laporan survei yang diselenggarakan oleh Imogen Communication Institute (IGI) terhadap 140 media di 10 kota besar di Indonesia mengatakan 70,2% responden menyatakan adanya pandemi COVID-19 sangat berdampak terhadap sektor media. Jojo S. Nugroho selaku Managing Director IGI mengatakan sebanyak 39 persen dari dampak tersebut terkonsentrasi pada menurunnya pemasukan iklan dan berkurangnya sponsor kegiatan. Hal ini mengakibatkan pemasukan perusahaan terganggu bahkan sebagian perusahaan perlu melakukan efisiensi karyawan (Tempo, 2020, para. 1).

Ketua Umum Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) Wenseslaus Manggut juga setuju dengan adanya dampak terhadap bisnis media pada masa pandemi COVID-19. Berdasarkan survei AMSI, pendapatan media menurun sekitar 40%, bahkan ada yang mencapai 80% (Tempo, 2020, para. 5). Untuk bertahan dan meningkatkan *engagement* kepada masyarakat ditengah-tengah wabah *Corona*, industri media memanfaatkan Internet dan media sosial dalam menyebarluaskan berita.

Mengutip dari *website CNBC Indonesia*, laporan survei bertajuk *Peluncuran WEF Youth Survei 2020* yang diselenggarakan oleh *World Economic Forum* dan *IDN Times* yang dirilis pada 23 Juli 2020 mengatakan bahwa 87% anak muda yang berusia 16-35 tahun dari 70.000 anak muda mengatakan mereka meningkatkan penggunaan setidaknya satu alat digital selama masa pandemi COVID-19 (Sebayang, 2020, para. 4).

Berdasarkan data dari *We Are Social* pada 2020 di dapatkan pengguna internet di Indonesia dengan rentang usia 16-54 tahun paling banyak menggunakan *mobile phone* sebesar 96% dan *smartphone* sebesar 93%. Dalam laporan ini juga mendapatkan bahwa masyarakat Indonesia yang menggunakan Internet saat ini sebanyak 175,4 juta orang, dan juga 160 juta pengguna aktif media sosial dari total 272,1 juta populasi (Haryanto, 2020, para. 3-4).

**Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet, *Mobile Phone*, dan Media Sosial di Indonesia 2020**



Sumber: *We Are Social*

Apabila dibandingkan dengan data pengguna internet pada 2019, maka tahun ini *We Are Social* menemukan adanya peningkatan pengguna media sosial aktif di Indonesia yakni sebesar 10 juta pengguna. Beberapa media sosial yang

paling diminati oleh pengguna internet di Indonesia adalah Tik Tok, Youtube, Instagram, Facebook, WhatsApp, dll (Haryanto, 2020, para. 5-6).

Menurut Prianbodo (2018, p. 5), internet atau era digitalisasi mendorong pesatnya kemajuan teknologi khususnya teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi sendiri lahir dari pemikiran manusia agar dapat mempermudah segala aktivitas yang kemudian diterapkan dalam kehidupan manusia. Hal ini menggambarkan adanya perubahan gaya hidup yang dihasilkan dari globalisasi yang terjadi dalam masyarakat. Munculnya internet sebagai integrasi teknologi komunikasi mampu menghasilkan media, gaya hidup baru, kareir baru, serta mengubah peraturan dan pergeseran isu-isu sosial.

Menurut Bijker (1984, p. 28) teknologi itu memberikan pilihan kepada kita dan teknologi tercipta guna menyesuaikan kebutuhan manusia. Teknologi tersebut tidak menentukan tindakan manusia tetapi jika diletakan pada konteks sosial, hal tersebut dapat membuktikan bahwa yang membentuk teknologi adalah perbuatan manusia.

Berdasarkan teori *Social Construction of Technology* (SCOT) yang dikembangkan oleh Pinj dan Bijker, teknologi dibentuk dari konstruksi sosial. Yang dimaksud dengan konstruksi sosial dalam konsep ini adalah kehidupan sosial dalam masyarakat membentuk adanya sebuah teknologi atau manusia yang menentukan teknologi akan menjadi seperti apa atau bermanfaat untuk hal apa (Bijker, Wiebe, & Thomas, 1984).

Untuk dapat memunculkan antara konstruksi sosial dan teknologi, penulis menggunakan teori *Social Construction of Technology* (SCOT) sebagai pisau analisis dalam penelitian ini. Menurut Klein, Hans, dan Kleinman, terdapat empat komponen kerangka kerja konseptual SCOT yang di mana keempat komponen ini juga digunakan oleh penulis dalam memperdalam teori SCOT (Klein, Hans, & Kleinman, 2002, pp. 88-89).

Komponen pertama adalah *Interpretive flexibility* (fleksibilitas interpretatif). Konsep pertama ini diambil dari program empiris relativisme dalam studi dan ilmu pengetahuan yang menunjukkan bahwa desain teknologi merupakan proses terbuka sehingga dapat menghasilkan hasil yang berbeda, tergantung pada keadaan sosial dari proses membangun teknologi itu sendiri.

Komponen kedua adalah *The relevant social group* (hubungan relevan dengan kelompok sosial). Memiliki hubungan yang relevan dengan kelompok sosial, di mana kelompok sosial yang relevan membuat suatu interpretasi sehingga semua anggota kelompok sosial tertentu berbagi hal yang sama, makna, melekat pada artefak tertentu.

*Closure and stabilization* (keberakhiran dan stabilisasi) menjadi komponen ketiga dalam teori SCOT. Keberakhiran dan stabilisasi atau penciptaan desain antar kelompok yang berbeda dapat mengalami kontroversi dalam hal interpretasi gambaran mengenai artefak teknologi. Konflik tersebut dapat selesai ketika desain artefak tidak lagi menimbulkan masalah kepada setiap kelompok sosial yang relevan.

Konsep terakhir dari teori SCOT adalah *The wider context* (konteks yang lebih luas). Konteks yang lebih luas memiliki kaitan dengan aspek sosial, budaya, dan politik, di mana pembangunan artefak itu berlangsung. Kelompok sosial memiliki cara pandang berbeda dalam menjalankan nilai sosial, budaya, dan politik. Kelompok sosial adalah keberagaman, sehingga cara kelompok sosial yang beragam dalam mengonsepskan suatu artefak adalah melalui gagasan yang relevan antar kelompok sosial dalam mendefinisikan proses desain artefak teknologi tersebut.

Menurut Laili (Laili, 2017, p. 15), proses penyesuaian teknologi ini juga terjadi dalam penggunaan teknologi internet kaitannya dengan proses pembuatan berita dan menyebarkan berita di Indonesia. Teknologi media baru bukan hanya sekadar sebuah “alat” yang digunakan sebagai alat untuk bertukar pesan semata, tetapi mengalami evolusi sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat penggunaannya, dalam kasus ini adalah jurnalis.

Sebuah studi oleh Nathalia dan Irwansyah menjelaskan (2018, p. 231), media baru muncul sebagai hasil dari konstruksi sosial masyarakat dalam memanfaatkan perkembangan kemajuan teknologi informasi di era digital ini. Perspektif SCOT fokus pada bagaimana teknologi muncul karena adanya proses sosial. *Social constructivism* adalah bagaimana dorongan sosial memengaruhi penemuan teknologi baru. Tidak hanya penemuan teknologi baru, *social constructivism* juga memaksa teknologi yang ada terus berinovasi untuk memenuhi tuntutan dari *user* dalam hal ini adalah masyarakat (Nathalia & Irwansyah, 2018, p. 232).

Nathalia dan Irwansyah menerapkan konsep *Social Construction of Technology* (SCOT) dalam meneliti transportasi berbasis aplikasi *mobile* yang merupakan penggabungan dari segi jasa transportasi dan teknologi komunikasi, seperti kemunculan teknologi aplikasi transportasi berbasis *online* seperti Gojek (2018, p. 227). Menurut Nathalia dan Irwansyah, dahulu sebelum adanya teknologi transportasi berbasis *online*, pilihan transportasi yang tersedia di antaranya adalah ojek, bus umum, angkot, atau taksi konvensional (Nathalia & Irwansyah, 2018, p. 234).

Seringkali pilihan transportasi konvensional yang ada tidak dapat sepenuhnya diandalkan oleh masyarakat khususnya masyarakat di perkotaan yang memiliki mobilitas yang tinggi. Konteks sosial seperti inilah yang mendorong para inventor untuk berinovasi menemukan dan mengembangkan teknologi baru untuk memenuhi *demand* yang ada terhadap pilihan transportasi yang lebih efektif dan pemikirannya dipengaruhi oleh konteks sosial yang sedang ada di masyarakat saat ini (Nathalia & Irwansyah, 2018, p. 234).

Studi yang dilakukan oleh Nathalia dan Irwansyah menjelaskan, teknologi muncul akibat dari proses sosial. *Social constructivism* adalah bagaimana dorongan sosial memengaruhi penemuan teknologi baru. Sebagaimana yang dilakukan Go-Jek yang terus berinovasi dengan menghadirkan Go-Food, dan fitur-fitur lainnya (2018, p. 235). Begitupun dengan penelitian yang penulis lakukan, sebelum perusahaan media terjun untuk memanfaatkan media sosial sebagai perpanjangan tangan untuk menyebarkan berita, masyarakat hanya dapat mengonsumsi berita melalui *website*, koran, televisi dan radio.

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh AMSI, selama masa pandemi COVID-19 perusahaan media mengalami kerugian yang cukup besar bahkan mencapai 80% (Tempo, 2020, para. 5). Disamping itu, berdasarkan survei dari *Sensor Tower*, Indonesia menjadi negara keempat tertinggi pengguna aplikasi media sosial Tik Tok. Berkembangnya aplikasi tersebut di Indonesia selama masa pandemi COVID-19 membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana salah satu perusahaan media di Indonesia mengkonstruksikan aplikasi tersebut sebagai perpanjangan tangan untuk mendistribusi informasi atau beritanya.

Sebuah studi oleh Bullard (2015, p. 171) menjelaskan bagaimana berbagi konsep penyebaran (*sharing*) telah menjadi kunci penyebaran berita dan bagaimana teknologi baru memudahkan proses pembuatan dan penerimaan berita. Jurnalis media *digital* saat ini secara rutin menggunakan *platform digital* sebagai pengumpulan dan pelaporan berita termasuk pengecekan cepat untuk menemukan sumber *online*, hal ini serupa penelitian terhadap jurnalisme saat ini. Bahkan penyebar berita di lima negara seperti Mexico, Colombia, El Salvador, Guatemala, dan Brazil mungkin menggunakan alat dan *platform* tertentu lebih dari yang lainnya (Weiss, 2015, p. 77).

Menurut Bullard (2015, p. 171) kantor pembuat berita sedang mencoba memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mendistribusikan informasi atau berita, dan untuk menarik audiensii. Sebuah studi oleh Reynolds Journalism Institute menunjukkan, di negara Amerika 84% dari komunitas surat kabar menggunakan situs media sosial seperti Facebook atau Twitter untuk berhubungan dengan pembaca. Selain itu, Bullard (2015, p. 172) juga

menjabarkan sebuah penelitian dari The Tow Center for Digital Journalism yang menjelaskan organisasi berita melakukan hal tersebut karena memahami pembaca mereka telah beralih ke *platform* tersebut.

Herscovitz (Weiss, 2015, p. 79) menjelaskan bahwa wartawan menemukan pertumbuhan minat pada 2012 dalam media sosial sebanyak 65,7% menggunakan Facebook, 53,4% Blog dan 47,2% menggunakan Twitter. Secara keseluruhan, para wartawan menggunakan *platform digital* untuk membantu penyebaran informasi, dan juga menciptakan akurasi, kredibilitas, dan isu-isu yang presisi.

Selain itu, sebuah studi oleh Angelia (2017) juga meneliti mengenai sebuah perusahaan media yang menggunakan media sosial sebagai alat untuk mendistribusikan informasi atau beritanya yang dilihat melalui kacamata teori *social construction of technology*. Angelina memaparkan, pada Mei 2017, media sosial Instagram mengalami peningkatan sebesar 700 juta dan naik sebanyak 100 juta pengguna sejak Desember 2017 (Angelia, 2017, p. 3).

Angelia menjelaskan, media *digital* dan media sosial berkontribusi banyak terhadap transformasi cara kerja jurnalis dalam penyampaian berita dan mengumpulkan berita. Studi ini juga menunjukkan bahwa jurnalis menggali metode dan teknik terbaru dalam melaksanakan pekerjaan mereka. Bukan hanya itu saja, studi yang dilakukan oleh Angelia juga menganalisis bagaimana para jurnalis memosisikan diri mereka di media *digital* untuk memanfaatkan media tersebut dalam menjalankan pekerjaan mereka seperti mencari data pendukung untuk *angle* berita mereka (Angelia, 2017, p. 69).

Kedua penelitian di atas menggambarkan bahwa, studi oleh Bullard memaparkan pada 2012 media memanfaatkan dan mengkonstruksikan *platform digital* yang paling populer saat itu yakni Twitter dan Facebook sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan juga berita, dan studi oleh Angelia memaparkan pada 2017 *platform digital* yang paling populer dan digunakan saat itu adalah Instagram. Dalam penelitian ini, penulis bertujuan untuk dapat menjelaskan cepatnya perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya kebutuhan terhadap kemampuan seorang jurnalis untuk memanfaatkan teknologi yang ada.

Berjalannya waktu, berbagai hal akan menjadi semakin kompleks, dan kebutuhan informasi juga semakin berkembang. Munculnya berbagai teknologi dan *platform digital* baru mengakibatkan tuntutan pada keterampilan jurnalis dalam bekerja khususnya pada masa pandemi COVID-19.

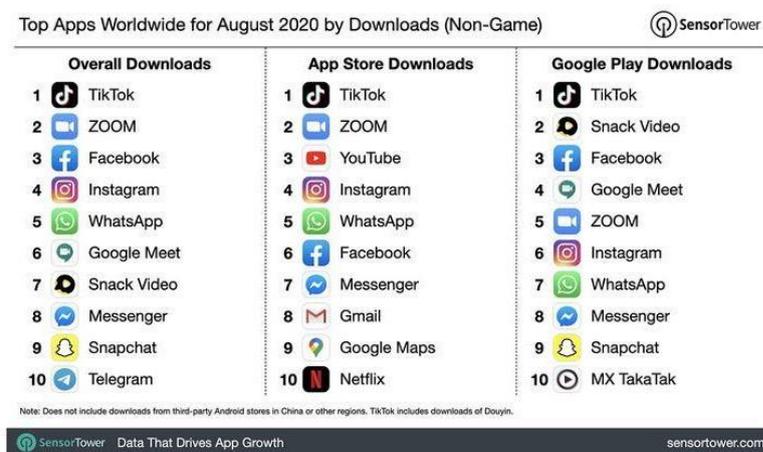
Jika pada 2012 media sosial yang paling diminati adalah Twitter dan Facebook, lalu pada 2017 adalah media sosial Instagram, dalam penelitian ini penulis menelaah media sosial terpopuler di 2020 yaitu media sosial Tik Tok. Selain itu, alasan penulis meneliti hal ini juga belum ada penelitian mengenai bagaimana perusahaan media mengkonstruksikan media sosial Tik Tok untuk mendistribusikan informasi dan beritanya.

Menurut Margianto, di Indonesia, hampir semua media *online* juga memiliki sebuah media sosial sebagai forum tempat pembaca berkumpul dan berinteraksi satu sama lain (2014, p. 35). Menurut Vikrama dkk (2020, para. 4), pada 2020, media sosial yang menarik perhatian masyarakat bahkan hingga

menjadi budaya populer di Indonesia adalah Tik Tok. Aplikasi Tik Tok resmi dirilis di Indonesia pada September 2016 dan mulai populer di Indonesia pada September 2018. Tidak hanya di Indonesia, Tik Tok juga menjadi salah satu aplikasi yang digemari di negara-negara lain.

Mengutip dari *Tekno Kompas*, saat ini Indonesia menduduki posisi negara ke-empat di dunia yang memiliki jumlah pengguna Tik Tok terbesar, yakni 8,5% atau setara dengan 30,7 juta pengguna di Indonesia (Pertiwi, 2020, para. 2).

**Gambar 1.3 10 Aplikasi Dengan Angka Unduhan Tertinggi Agustus 2020**



Sumber: *Tekno Kompas*

Berdasarkan data dalam laporan 10 peringkat terbesar aplikasi kategori non-gim di seluruh dunia per Agustus 2020 tersebut menyatakan, Tik Tok menjadi urutan dengan jumlah unduhan tertinggi, lalu disusul oleh Zoom pada urutan kedua, dan Facebook pada urutan ketiga (Pertiwi, 2020, para. 4).

Menurut Thurman dan Lupton (2008), perusahaan media kini sudah bertransformasi dengan pengoperasian dan menyebarkan berita dalam bentuk *online*. Di era modern sekarang banyak inovasi-inovasi yang bermunculan khususnya pada ranah jurnalistik. Para media berlomba untuk mengimbangi perkembangan teknologi agar tetap terikat dengan khalayak. Penggunaan teks, grafis, dan video oleh para jurnalis saat ini sudah mulai dikembangkan untuk mencari cara baru dalam mempublikasikan demi menarik perhatian khalayak untuk mengonsumsi secara *online* (Thurman & Lupton, 2008, p. 439).

Menurut Vikrama dkk (2020, para. 5), KompasTV merupakan salah satu media yang beradaptasi dengan pandemi COVID-19 yakni melakukan jurnalisme *online* melalui Tik Tok. Akun resmi Tik Tok yang dimiliki oleh KompasTV adalah @kompastvnews. KompasTV juga memiliki satu divisi khusus yang bertugas dalam mendia *online* yakni divisi *digital*. KompasTV *digital* tersebut secara teknis mengonversikan produk jurnalistik televisi yang berbasis siaran *live* ataupun foto dan video dalam berbagai *platform* media seperti Instagram, Twitter, Youtube, dan Tik Tok.

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti per Mei 2021, akun Tik Tok @kompastvnews mempunyai 320.200 pengikut yang unggul dalam hal respons masyarakat dengan mendapatkan *feedback* aktif dari pengguna Tik Tok, terdapat 458 *post* rata-rata mendapatkan 1.930 *likes* dan rata-rata 60 komentar. Konten KompasTV di Tik Tok menyajikan berita dengan berbagai macam format berita TV dengan durasi singkat. Tik Tok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan saja melainkan dijadikan alat untuk mempromosikan sesuatu dan juga sebagai

media yang menyajikan informasi seperti yang dilakukan oleh KompasTV. Konten Tik Tok oleh KompasTV menyajikan berita seputar politik, ekonomi, entertain, dll. KompasTV sendiri memanfaatkan Tik Tok sebagai wadah dalam mengimbangi dan lebih dekat dengan masyarakat terutama dengan generasi millennial.

Berdasarkan pemaparan di atas, Tik Tok sebagai *trend* baru yang digunakan oleh media massa terutama pada masa pandemi COVID-19 sebagai perpanjangan tangan untuk mendistribusi informasi atau berita, bisa dilihat melalui kacamata teori *Social Constructions of Technology (SCOT)* di mana teknologi merupakan hasil dari konstruksi sosial dan salah satu yang mengkonstruksikannya adalah media (KompasTV).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perkembangan media massa di Indonesia sejauh ini, serta prediksi kinerja jurnalis yang akan datang melalui hadirnya aplikasi Tik Tok khususnya di lingkungan redaksi *Kompas TV*. Peneliti tertarik untuk meneliti penerapan teknologi tersebut melalui penelitian kualitatif dengan metode studi kasus oleh Robert K. Yin. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkup pada *Kompas TV* saja, dan tidak menyentuh khalayak. Hal ini disebabkan oleh tujuan penelitian yang berfokus pada keingintahuan terhadap bagaimana teknologi dapat dikonstruksikan oleh media massa.

Peneliti juga ingin melihat bagaimana *Kompas TV* sebagai media massa daring di Indonesia mengkonstruksikan aplikasi Tik Tok sebagai perpanjangan

tangan untuk mendistribusi informasi atau beritanya, yang berarti memiliki kaitan dengan kegiatan jurnalistik. Tidak hanya itu, peneliti memilih untuk meneliti aplikasi Tik Tok karena juga ingin melihat konsep berita *Kompas TV* yang ada di Tik Tok dalam penyebaran berita bagaimana acuan media (*KompasTV*) ketika mengemas beritanya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan melihat fenomena COVID-19 yang banyak memengaruhi dan merugikan sektor bisnis di Indonesia yang termasuk salah satunya adalah industri media, serta keterkaitannya dengan strategi baru persusahaan media yang memanfaatkan dan menggunakan media sosial sebagai alat untuk mendistribusikan informasi dan juga beritanya.

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang ingin diteliti adalah, bagaimana *Kompas TV* mendefinisikan dan mengkonstruksikan aplikasi Tik Tok dalam proses produksi berita dan sebagai saluran distribusi informasi atau berita selama masa pandemi COVID-19 ?

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana interpretasi dan kesepakatan penggunaan media sosial Tik Tok terbentuk di media *Kompas TV* (*Interpretative Flexibility*) ?
2. Berapa kelompok sosial relevan dari media *Kompas TV* berdasarkan interpretasi media sosial Tik Tok (*Relevant Social Groups*) ?

3. Bagaimana *Kompas TV* menginterpretasikan penggunaan aplikasi Tik Tok sebagai perpanjangan tangan untuk mendistribusikan informasi atau beritanya (*Closure and Stabilization*) ?
4. Apa penyebab terjadinya pemanfaatan dan penggunaan media sosial Tik Tok di *Kompas TV* (*Wider Context*) ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana interpretasi dan kesepakatan penggunaan media sosial Tik Tok terbentuk di media *Kompas TV*.
2. Untuk mengetahui berapa kelompok sosial relevan dari media *Kompas TV* berdasarkan interpretasi media sosial Tik Tok.
3. Untuk mengetahui bagaimana *Kompas TV* menginterpretasikan penggunaan media sosial Tik Tok.
4. Untuk mengetahui apa penyebab penggunaan dan pemanfaatan media sosial Tik Tok di *Kompas TV*.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Pada sebuah penelitian terdapat manfaat yang dituliskan untuk melihat bagaimana penelitian ini memengaruhi pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ini yang terbagi menjadi dua bagian manfaat penelitian, yaitu:

##### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Bagi kampus Universitas Multimedia Nusantara, peneliti berharap penelitian ini kedepannya akan bermanfaat sebagai referensi atau kajian pihak lain yang melakukan penelitian serupa dan menjadi kajian pustaka tambahan di Universitas Multimedia Nusantara. Penelitian ini memuat topik praktik penggunaan media sosial Tik Tok dalam aktivitas jurnalisme selama masa pandemi COVID-19 yang masih sedikit dijadikan sebagai topik penelitian.

Peneliti berharap dengan melakukan penelitian berjudul „Praktik Penggunaan Tik Tok Dalam Aktivitas Jutnalisme Selama Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Pada *Kompas TV*)“ akan membantu mahasiswa ataupun peneliti lain dengan topik penelitian yang serupa. Diharapkan penelitian dengan topik yang serupa akan semakin banyak informasi untuk digali dan semakin diminati. Dengan topik praktik penggunaan media sosial pada masa pandemi, diharapkan juga bisa bermanfaat sebagai informasi pendukung bagi penelitian yang membahas aktivitas jurnalisme digital.

Selain itu penelitian ini diharap dapat melengkapi pembahasan mengenai konsep *Social Construction of Technology* (SCOT) yang dipergunakan untuk menjelaskan bagaimana organisasi media menginterpretasikan teknologi untuk mendukung bidang jurnalisme.

## **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena tidak merepresentasikan penggunaan Aplikasi Tik Tok secara keseluruhan, hanya membahas penggunaan salah satu media online di Indonesia yaitu *Kompas TV*. Selain itu penelitian ini juga tidak membahas teknis secara detail dan kompleks mengenai fitur-fitur apa saja dari Aplikasi Tik Tok, hanya beberapa saja. Penelitian ini befokus untuk melihat bagaimana teknologi, dalam hal ini Aplikasi Tik Tok , sebagai hasil konsrtuksi sosial diciptakan dan digunakan.