

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mempunyai peran penting untuk mendukung penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu yang sejenis sebagai referensi dalam menyusun skripsi ini. Penelitian terdahulu yang pertama adalah hasil riset Henry Brown Nathalia dan Irwansyah yang berjudul “Aplikasi Transportasi *Online* GO-JEK Bentuk dari Konstruksi Sosial Teknologi dalam Media Baru”.

Tujuan dari penelitian ini untuk membahas mengenai konstruksi sosial teknologi yang merupakan kondisi di mana masyarakat membutuhkan dan membuat teknologi karena didasari oleh kebutuhan sosialnya. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa manusia akan terus membutuhkan teknologi yang berinovasi menciptakan teknologi baru untuk memudahkan segala aktivitas kehidupan manusia, atau dapat diartikan manusia dan teknologi tidak akan pernah bisa dipisahkan.

Teori yang digunakan adalah *Social Construction of Technology* (SCOT). Metode yang digunakan oleh Henry Brown Nathalia dan Irwansyah adalah kajian pustaka atau studi kepustakaan. Metode penelitian kepustakaan ini digunakan untuk menyusun konsep mengenai konstruksi sosial dalam teknologi, media baru, dan untuk mengetahui bagaimana peranan konsep konstruksi sosial dalam

teknologi (SCOT) ini terhadap perkembangan teknologi media baru yang ada di tengah kehidupan masyarakat Indonesia atau melihat implementasi dari teori ini sebagai masalah dalam penelitian ini. Adapun, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui literatur yang tersedia, terutama artikel-artikel yang dipublikasikan dalam berbagai jurnal ilmiah.

Hasil dari penelitian ini adalah media baru muncul sebagai hasil dari konstruksi sosial masyarakat dalam memanfaatkan perkembangan kemajuan teknologi informasi yang begitu pesat di era digital ini. Masyarakat saat ini membutuhkan sesuatu yang bersifat instan, dan praktis dalam menunjang kehidupan mereka. Oleh karena itu, munculnya aplikasi-aplikasi *online* atau *mobile application* diciptakan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada dalam masyarakat seperti Go-Jek.

Penelitian yang dilakukan oleh Henry Brown Nathalia dan Irwansyah sejalan dengan penelitian yang penulis lakukan. Henry Brown Nathalia dan Irwansyah menggunakan teori SCOT sebagai pisau bedah penelitian yang mereka lakukan, penulis juga menggunakan teori SCOT sebagai landasan teori dalam penelitian yang penulis lakukan.

Pada penelitian yang dilakukan Henry Brown Nathalia dan Irwansyah, penulis mempelajari dan menganalisa bagaimana penerapan teori SCOT dalam interpretasi terhadap teknologi. Hal ini disebabkan di Indonesia khususnya Universitas Multimedia Nusantara (UMN) masih jarang penelitian yang menggunakan teori SCOT.

Selain itu, walaupun penelitian yang dilakukan oleh Henry Brown Nathalia dan Irwansyah menggunakan landasan teori yang sama dengan penulis yakni teori SCOT, penelitian penulis lebih memaparkan dan mengkonseptualisasikan teori SCOT secara mendalam. Penelitian yang dilakukan Henry Brown Nathalia dan Irwansyah hanya sebatas meneliti mengenai SCOT sebagai teori yang memiliki perspektif bahwa teknologi tidak menentukan manusia sebagaimana pandangan dari teori determinasi teknologi, akan tetapi manusia-lah yang mengatur tindakan dari teknologi itu sendiri. Sementara penulis menggunakan dan mengaitkan teori SCOT secara utuh mengenai penjelasan teori SCOT beserta kerangka konseptual SCOT yang terdiri dari empat komponen yaitu, *Interpretative Flexibility*, *The Relevant Social Groups*, *Closure and Stabilization*, dan *The Wider Context*.

Penelitian terdahulu pertama memiliki perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan, perbedaan tersebut terletak pada metode penelitian. Henry Brown Nathalia dan Irwansyah menggunakan metode penelitian studi kepustakaan, sementara penulis menggunakan metode penelitian studi kasus oleh Robert K. Yin.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah skripsi karya Surya Laili Islami yang berjudul “Penerapan Teknologi Informasi dalam Proses Produksi Berita di *Kompas.com*: Studi Kasus Eksplanatoris Penerapan *Google Analytics 360 Suite* Proses Produksi Berita di Media Massa Dalam Jaringan *Kompas.com*” pada 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana

penerapan *Google Analytics 360 Suite* di ruang kerja *Kompas.com* sebagai teknologi penunjang proses produksi berita.

Penelitian yang dilakukan oleh Surya Laili Islami merupakan penelitian kualitatif dan menggunakan metode studi kasus eksplanatoris oleh Robert K. Yin. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, studi pustaka, dan dokumentasi. Penelitian yang dilakukan oleh Surya Laili Islami menggunakan teori *Social Construction of Technology* (SCOT) sebagai landasan konsep dalam penelitian ini.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Surya Laili Islami adalah sebagai teknologi analisis pelaksanaan pemasaran, *Kompas.com* menerapkan *Google Analytics 360 Suite* sebagai teknologi penunjang tugas jurnalis. Dalam proses penerapannya, teknologi tersebut telah mencapai tahap keberakhiran dan stabilisasi seperti yang dipaparkan oleh teori *Social Construction of Technology* (SCOT) yang membuat perannya dalam proses produksi berita berjalan sesuai harapan *Kompas.com*.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Surya Laili Islami dan penulis terletak pada objek penelitian. Penelitian Surya Laili Islami meneliti penerapan *Google Analytics 360 Suite* pada proses produksi berita di media massa, sementara penulis meneliti mengenai praktik penggunaan media sosial dalam aktivitas jurnalis di media massa sebagai alat perpanjangan tangan dalam menyebarkan informasi atau beritanya. Selain perbedaan, penelitian yang dilakukan oleh Surya Laili Islami dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis

memiliki kesamaan pada teori yang digunakan. Penelitian Surya Laili Islami menggunakan teori *Social Construction of Technology* (SCOT), di mana penulis juga menggunakan landasan teori yang sama.

Selain itu, walaupun penelitian yang dilakukan oleh Surya Laili Islami menggunakan landasan teori yang sama dengan penulis yakni teori SCOT, penelitian penulis menggunakan kerangka konseptual SCOT secara utuh yang terdiri dari empat komponen yaitu, *Interpretative Flexibility*, *The Relevant Social Groups*, *Closure and Stabilization*, dan *The Wider Context*. Penulis ingin mencari tahu bagaimana interpretasi dan kesepakatan penggunaan media sosial Tik Tok terbentuk di media *Kompas TV* (konsep *Interpretative Flexibility*), berapa kelompok sosial relevan dari media *Kompas TV* berdasarkan interpretasi media sosial Tik Tok (konsep *Relevant Social Groups*), bagaimana *Kompas TV* menginterpretasikan penggunaan aplikasi Tik Tok sebagai perpanjangan tangan untuk mendistribusikan informasi atau beritanya (konsep *Closure and Stabilization*), dan yang terakhir apa penyebab terjadinya perbedaan interpretasi mengenai peran media sosial Tik Tok di *Kompas TV* (konsep *Wider Context*).

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Surya Laili Islami menggunakan konsep SCOT untuk mengetahui latar belakang *Kompas.com* menerapkan *Google Analytics 360 Suite* dalam pemenuhan kebutuhan informasi redaksi (konsep *Interpretative Flexibility*), ingin mengetahui proses penerapan *Google Analytics 360 Suite* dalam membentuk konstruksi sosial redaksi dalam konsumsi informasi di *Kompas.com* (konsep *Closure and Stabilization*), dan ingin mengetahui peranan *Google Analytics 360 Suite* dalam proses produksi berita di

Kompas.com (juga merupakan konsep *Closure and Stabilization*). Dapat disimpulkan penelitian yang dilakukan oleh Surya Laili Islami hanya menggunakan dua dari empat konsep SCOT yaitu hanya *Interpretative Flexibility*, dan *Closure and Stabilization*. Sementara penulis menggunakan ke-empat kerangka konseptual SCOT secara utuh.

Penelitian terdahulu yang ketiga adalah skripsi karya Angelia yang berjudul “Praktik Penggunaan Instagram dalam Aktivitas Jurnalisme: Studi Kasus Detikcom” pada 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana media sosial digunakan atau dimanfaatkan oleh perusahaan media sebagai perpanjangan tangan untuk penyebarluasan beritanya.

Penelitian ini menggunakan teori *Social Constrution of Technology* (SCOT) yang memiliki empat konsep yakni *Relevant Social Groups*, *Interpretative Flexibility*, *Closure and Stabilization*, dan *Wider Context*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, metode penelitian ini adalah studi kasus oleh Robert E. Stake, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Angelia adalah *Relevant Social Groups* sebagai aktor atau kelompok sosial yang memiliki pandangan berbeda yakni sebagai penyebaran informasi dan ruang iklan, *Interpretative Flexibility* yang merupakan pandangan kelompok sosial terdapat lima varian fungsi, meliputi: 1) penyebaran informasi, 2) pemasaran, 3) menyosialisasikan Instagram ke pembaca, 4) pemenuh kebutuhan pembaca masa kini, 5) interaktivitas, *Closure*

and Stabilization yang berarti perdebatan yang mencapai kesepakatan, *Wider Context*, dorongan yang memicu Detikcom menggunakan Instagram berupa 1) gaya hidup, 2) konsumsi media ialah mengakses informasi atau berita melalui media sosial dalam hal ini Instagram, dan 3) faktor persaingan dengan media lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Angelia menjadi rujukan penulis karena sama-sama melakukan penelitian dalam ranah jurnalistik dan meneliti mengenai pemanfaatan media sosial, di mana penelitian yang dilakukan oleh Angelia meneliti media sosial Instagram, dan penulis menelaah media sosial Tik Tok. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Angelia dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis memiliki kesamaan pada teori yang digunakan. Penelitian Angelia menggunakan teori *Social Construction of Technology* (SCOT), di mana penulis juga menggunakan landasan teori yang sama.

Penelitian yang dilakukan oleh Angelia menggunakan paradigma konstruktivistik karena sejalan dengan metode studi kasus oleh Robert E. Stake, sementara penulis menggunakan paradigma positivistik karena sejalan dengan metode penelitian studi kasus oleh Robert K. Yin. Penelitian yang dilakukan oleh Angelia meneliti media sosial Instagram yang merupakan media sosial terpopuler pada 2016, sementara penulis meneliti media sosial Tik Tok yang merupakan media sosial terpopuler di 2020-2021.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Henry Brown Nathalia dan Irwansyah	Surya Laili Islami	Angelia	Deskhila Wijaya
Institusi	Universitas Mercu Buana	Universitas Padjajaran	Universitas Multimedia Nusantara	Universitas Multimedia Nusantara
Tahun	2018	2017	2017	2021
Judul	Aplikasi Transportasi <i>Online</i> GO-JEK Bentuk dari Konstruksi Sosial Teknologi dalam Media Baru.	Penerapan Teknologi Informasi dalam Proses Produksi Berita di <i>Kompas.com</i> : Studi Kasus Eksplanatoris Penerapan <i>Google Analytics 360 Suite</i> Proses Produksi Berita di Media Massa Dalam Jaringan <i>Kompas.com</i> ”	Praktik Penggunaan Instagram dalam Aktivitas Jurnalisme: Studi Kasus Detikcom.	
Tujuan Penelitian	Menguraikan mengenai bagaimana peranan konsep konstruksi sosial dalam teknologi dan media baru.	Mengetahui bagaimana penerapan <i>Google Analytics 360 Suite</i> di ruang kerja <i>Kompas.com</i> sebagai teknologi penunjang proses produksi berita.	Mengetahui bagaimana media sosial digunakan atau dimanfaatkan oleh perusahaan media sebagai perpanjangan tangan untuk penyebarluasan beritanya.	Mengetahui bagaimana media sosial Tik Tok dimanfaatkan dan di konstruksikan oleh perusahaan media sebagai perpanjangan tangan untuk penyebarluasan informasi dan beritanya.
Metodologi Penelitian	Kajian Pustaka.	Kualitatif	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif

<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Media baru muncul sebagai hasil dari kontruksi sosial masyarakat dalam memanfaatkan perkembangan kemajuan teknologi informasi yang begitu pesat di era digital ini. Masyarakat sekarang ini membutuhkan sesuatu yang sifatnya instan, dan praktis dalam menunjang kehidupan mereka. Munculnya aplikasi- aplikasi <i>online</i> atau <i>mobile application</i> hadir diciptakan untuk mengatasi permasalahan- permasalahan yang ada dalam masyarakat, seperti Go-Jek.</p>	<p>Sebagai teknologi analisis pelaksanaan pemasaran, <i>Kompas.com</i> menerapkan <i>Google Analytics 360 Suite</i> sebagai teknologi penunjang tugas jurnalis. Dalam proses penerapannya, teknologi tersebut telah mencapai tahap keberakhiran dan stabilisasi seperti penjelasan teori <i>Social Construction of Technology</i> (SCOT) yang membuat perannya dalam proses produksi berita berjalan sesuai harapan di <i>Kompas.com</i>.</p>	<p>Berdasarkan keempat konsep SCOT; Pertama <i>Relevant Social Groups</i> sebagai aktor atau kelompok sosial yang memiliki pandangan berbeda yakni sebagai penyebaran informasi dan ruang iklan; Kedua <i>Interpretative Flexibility</i> yang merupakan pandangan kelompok sosial terdapat lima varian fungsi, meliputi: 1) penyebaran informasi, 2) pemasaran, 3) menyosialisasikan Instagram ke pembaca, 4) pemenuh kebutuhan pembaca masa kini, 5) interaktivitas; Ketiga <i>Closure and Stabilization</i> yang berarti perdebatan yang mencapai kesepakatan; Keempat <i>Wider Context</i>, dorongan yang memicu Detikcom menggunakan Instagram berupa 1) gaya hidup, 2) konsumsi media ialah mengakses informasi atau berita melalui media sosial dalam hal ini</p>	<p>-</p>
--------------------------------	---	---	---	----------

			Instagram, dan 3) faktor persaingan dengan media lain.	
--	--	--	--	--

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Jurnalisme *Online*

Jurnalisme dalam KBBI disebut sebagai pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit, dan melaporkan berita kepada khalayak. Dalam perkembangannya, media penyampaian berita kepada pembaca tidak hanya terbatas pada surat kabar. Seiring perkembangan teknologi, perkembangan media menuju ke arah persaingan media *online* (Sitinjak, 2011, p. 16).

Media *online* umumnya bisa menampung berita *teks, image, audio,* dan *video*. Berbeda dengan media cetak yang hanya dapat menampilkan *teks* dan *image*. Kata "*Online*" sendiri merupakan bahasa internet yang berarti informasi yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja selama terdapat jaringan internet. Jurnalisme *online* ini merupakan perubahan baru dalam ilmu jurnalistik (Sitinjak, 2011, p. 17).

Menurut Romli (2012, p. 12) jurnalistik *online* didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet. Selain itu, jurnalisme *online* juga sebagai pelaporan fakta yang diproduksi dan disebarakan melalui internet.

2.2.1.1 Prinsip Jurnalisme *Online*

Paul Bradshaw menyebutkan, terdapat lima prinsip dasar jurnalistik *online* yang disingkat B-A-S-I-C (Romli, 2014, p. 13-14), yaitu:

- a. *Brevity* (Keringkasan): berita *online* dituntut untuk bersifat ringkas, karena untuk menyesuaikan tingkat kesibukan pembaca yang semakin tinggi.
- b. *Adaptability* (Kemampuan Beradaptasi): wartawan *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri ditengah kebutuhan dan prefensi publik.
- c. *Scanbiity* (Dapat dipindai): jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.
- d. *Interactivity* (Interaktivitas): komunikasi dari publik kepada jurnalis dalam jurnalisme *online* sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pembaca dibiarkan untuk menjadi pengguna (*user*) agar pembaca merasa dilibatkan, maka mereka akan merasa dihargai dan senang meBaca berita yang ada.
- e. *Community and Conversation* (Komunitas dan Percakapan): media *online* memiliki peran yang

lebih besar dalam menjaring komunitas. Jurnalis *online* juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan oleh publik.

2.2.1.2 Karakteristik Jurnalisme *Online*

James C. Foust menyebutkan beberapa karakteristik dari keunggulan jurnalistik *online* sekaligus memberikan perbedaan antara media *online* dan media konvensional (Romli, 2014, p. 16), yaitu:

- a. *Audience Control*: jurnalistik *online* memungkinkan *audience* untuk bisa leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya.
- b. *Nonlienarity*: jurnalistik *online* memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri, sehingga pembaca tidak harus membaca secara beruntun untuk memahami isi berita tersebut.
- c. *Storage and retrieval*: jurnalistik *online* memungkinkan berita tersimpan dan dapat diakses kembali dengan mudah oleh pembaca.
- d. *Unlimited space*: jurnalistik *online* memungkinkan jumlah berita yang dipublikasikan untuk pembaca

menjadi jauh lebih lengkap dibandingkan media lainnya.

- e. *Immediacy*: jurnalistik *online* memungkinkan informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada pembaca.
- f. *Multimedia capability*: jurnalistik *online* memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh pembaca.
- g. *Interactivity*: jurnalistik *online* memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca dalam setiap berita melalui kolom komentar.

Richard Craig memaparkan keunggulan jurnalisme *online* yang tidak dimiliki oleh media konvensional dalam berita (Romli, 2014, p. 18), yaitu:

- a. Pembaca dapat menggunakan *link* untuk menawarkan pengguna dalam membaca lebih lanjut dalam setiap berita.
- b. Pembaca dapat memperbaharui berita secara langsung dan teratur.
- c. Informasi di *online* sangatlah luas.
- d. Terdapat penambahan suara, video, dan konten *online* yang tidak dimiliki oleh media cetak.

- e. Dapat menyimpan arsip *online* dari waktu ke waktu yang sangat lama.

2.2.2 Media Sosial dan Jurnalistik

Menurut Andi (2017, p. 2) media sosial atau jejaring sosial merupakan sebuah situs yang menghubungkan organisasi atau individu dalam struktur sosial. Jejaring sosial membantu dan mempermudah individu untuk berkomunikasi dan menyampaikan pesan ke masyarakat luas (Cross, 2014, p. 1).

Herlanti (2014, p. 32) menjelaskan, media sosial adalah media daring yang memberikan akses kepada penggunanya agar bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Dewing (2012, p. 17) mendefinisikan media sosial mengacu pada berbagai layanan berbasis internet dan *mobile* yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam pertukaran online, membuat konten, dan bergabung dengan komunitas online. Dalam konteks penelitian ini Tik Tok yang diteliti bisa dikategorikan sebagai media sosial karena memiliki fasilitas untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi.

Secara etimologis, jurnalistik berasal dari kata *journal* yang merupakan bahasa Prancis. *Journal* dapat diartikan sebagai catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan

yang berhubungan dengan pencatatan atau laporan setiap hari (Sumadiria, 2006, p. 2).

Menurut (MacDougall, 2006, p. 15-16), jurnalisme/jurnalistik adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, melaporkan, dan menganalisis data fakta atau informasi yang mengenai kejadian aktual, kemudian melaporkannya kepada khalayak. Perkembangan teknologi informasi sedikit banyak telah mengubah kegiatan jurnalistik. Hal ini berkaitan dengan bagaimana informasi diproduksi, dikonsumsi, dan dibagikan (Alejandro, 2010, p. 26).

Media sosial kini bukan hanya sekadar situs pertemanan, tetapi juga menjadi kekuatan baru media yang memproduksi dan menyebarkan informasi secara luas. Kondisi ini membuat sejumlah perusahaan media kemudian beradaptasi dengan perubahan teknologi tersebut (Bialy & Svetoka, 2016, p. 33).

Penggunaan media sosial dalam rutinitas kegiatan jurnalistik profesional telah meningkat secara variatif dalam 10 tahun terakhir (Lasorsa & Avery, 2012, p. 8). Media sosial menjadi alat penting bagi karya jurnalistik profesional baik di tingkat institusional dan tingkat individu (jurnalis). Media sosial dimanfaatkan oleh jurnalis sebagai sumber berita untuk mengumpulkan informasi, mengungkapkan pendapat, menyampaikan berita, mempromosikan diri, dan menghasilkan opini publik (Romeltea, 2015, p. 19).

Dari pemaparan di atas, jurnalistik di dalam media sosial dapat diartikan sebagai aktivitas jurnanisme yang merupakan proses pencarian, pembuatan, dan penyebaran informasi atau berita dan dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui media sosial yang membutuhkan teknologi internet. Media sosial memungkinkan kerja sama dengan audiensi secara *online* dalam verifikasi informasi dan mengumpulkan serta menganalisis informasi untuk membuat berita.

2.2.2.1 Karakteristik Media Sosial

Nasrullah (2016, p. 15-34) menyebutkan bahwa media sosial mempunyai ciri khusus tersendiri. Adapun tujuh karakteristik media sosial menurut Nasrullah, yaitu:

1. Jaringan (*network*)

Media sosial terbentuk dalam jaringan atau internet. Jaringan antarpengguna (*users*) menggunakan teknologi seperti komputer, telepon genggam, atau *tablet*. Terbentuknya jaringan antar pengguna akhirnya menciptakan komunitas atau grup secara sadar maupun tidak sadar.

Implementasi jaringan dari akun ini (KompasTV) di Tik Tok sebagai media sosial membentuk jaringan melalui pengikut (*followers*), dan diikuti (*following*).

2. Informasi (*information*)

Untuk bisa melihat karakter informasi dari media sosial, terbagi menjadi dua, yang pertama media sosial merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi. Informasi media sosial perlu didistribusikan melalui berbagai macam perangkat agar dapat terjalin interaksi antar pengguna.

Informasi didistribusikan berbagai perangkat di akun Tik Tok *Kompas TV* dan dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti desktop, *smartphone*, dll.

Kedua, informasi telah menjadi komoditas di media sosial. Setiap orang yang menggunakan media sosial harus menyertakan informasinya, terlepas dari informasi pribadi yang bersifat asli atau tidak. Data ini menjadi representasi penggunaannya, terutama bagi yang tidak bertemu secara fisik atau langsung. Informasi di akun Tik Tok *Kompas TV* telah mencantumkan identitas mengenai *Kompas TV* sendiri, yaitu logo, nama, *website*, dan jenis dari akun tersebut.

3. Arsip (*archive*)

Arsip merupakan kekuatan dari media sosial karena bisa menjadi ruang penyimpanan, dalam kerangka teknologi komunikasi, arsip mengubah cara menghasilkan, mengakses, hingga menaruh informasi. Media sosial bisa di

anggap sebagai ruang perpustakaan visual karena bisa menyimpan banyak informasi yang telah diunggah mulai dari data pribadi, foto, video, dll.

Sejauh ini *Kompas TV* sudah memiliki 347 *post* hingga Maret 2021, terhitung dari September 2020, dan masing-masing *post* tersimpan dengan baik dan dapat diakses kapan saja.

4. Interaksi (*interactivity*)

Interaksi merupakan proses yang terjadi antara pengguna dengan teknologi. Dengan hadirnya teknologi dan perangkatnya telah menjadi bagian yang melekat di kehidupan sehari-hari. Nasrullah (2016, p. 27) menyebutnya “*digital technologies have become integral parts of our everyday lives*”.

Terbentuknya jaringan di antarpengguna merupakan karakteristik dasar dari media sosial, jaringan ini memperluas ranah pertemanan dan juga meningkatkan komunikasi penggunanya. Salah satu contoh interaksi yang tercipta dalam Tik Tok adalah dengan menyumbang tanda “*love*” atau pun berkomentar.

5. Simulasi (*simulation*) sosial

Interaksi yang terjadi di media sosial memang menggambarkan realitas di kehidupan nyata, bahkan bisa juga kebalikannya yang berbeda sama sekali. Kini media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi telah membuat realitas sendiri, *di mana* realitas tersebut telah diproduksi dan direproduksi oleh media sehingga terkadang apa yang direpresentasikan berbeda bahkan bertolak belakang. Namun, karakter simulasi tidak menunjukkan korelasi dengan akun *Kompas TV* di Tik Tok.

6. Konten oleh Pengguna (*user generated content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih terkenal dengan sebutan *user generated content* (UGC). Yang dimaksud adalah *term* ini menunjukkan bahwa konten dari media sosial sepenuhnya milik dan berdasarkan dari kontribusi pemilik akunnya.

7. Penyebaran (*share/sharing*)

Penyebaran (*share/sharing*) menjadi karakter terakhir dari media sosial. Konten ini adalah yang dihasilkan oleh pengguna melalui konsumsi dan didistribusikan oleh penggunanya.

Penyebaran terjadi dalam dua jenis, pertama, melalui konten. Konten tidak hanya diproduksi oleh

pengguna namun didistribusikan kembali secara manual oleh pengguna lain. Konten yang telah di sebarluaskan memungkinkan untuk mendapatkan informasi tambahan, komentar, dan juga opini setuju atau tidak.

Kedua, melalui perangkat. Teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten, misalnya terdapat tombol “*share*” di Tik Tok yang memungkinkan penggunanya untuk menyebarkan konten kepada pengguna lain. Penyebaran (*share/sharing*) bersifat terbuka, karena pengguna mana pun bisa menyebarkan konten kepada pengguna lainnya.

2.2.3 *Social Construction of Technology (SCOT)*

Konsep *Social Construction of Technology (SCOT)* telah menyumbang pemahaman bagaimana struktur sosial dapat berpengaruh terhadap perkembangan suatu teknologi. Konsep ini pertama kali muncul dari artikel Trevor Pinch and Wiebe Bijker’s (1987) yang berjudul “The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other.” (Klien dan Kleinman, 2002, p. 28). Konsep ini terus berkembang sejalan dengan berbagai penelitian yang dilakukan, salah satunya konsep SCoT

dari tulisan Bijker (1995) dengan judul “Of Bicycle, Bakelites, and Bulbs” hingga berkembang pemanfaatannya dalam penelitian sekarang.

Bijker mengembangkan pendekatan teoretis *Social Construction of Technology* (SCOT) yang berakar pada konstruktivisme dan pengetahuan sosiologi. Namun dengan demikian, jika berbagi dengan sejumlah orang, pengetahuan dapat menjadi 'nyata', rasa objektivitas didasarkan pada persepsi bersama dengan kenyataan (Lower, 2006, p. 88).

Konsep dasar SCOT menyatakan bahwa desain teknologi merupakan suatu proses terbuka *di mana* kondisi sosial selama tahap pengembangan memiliki peran dalam menentukan desain akhir. Kondisi sosial yang berbeda-beda selama proses pengembangan desain berpeluang menghasilkan desain akhir yang berbeda-beda pula (Octavianto, 2014, p. 48).

Di tahap ini, keadaan sosial memiliki peran dalam menentukan desain akhir teknologi. Adanya perubahan di dalam kondisi sosial akan berpeluang menghasilkan perbedaan pandangan satu dengan yang lainnya mengenai desain akhir.

SCOT juga mengasumsikan bahwa bentuk dan keberhasilan teknologi itu merupakan hasil dari proses sosial yang mencapai kesamaan intersubjektif. *Di mana* penggunaan Tik Tok sebagai produk teknologi, di dalam konteks jurnalistik merupakan proses sosial di antara pelaku-pelaku industri jurnalistik yang memiliki persamaan perspektif antar wartawan di *Kompas TV* maupun dengan media lainnya mengenai Tik Tok.

Pendekatan interpretif atau konstruktivis ini adalah antitesis yang jelas untuk determinisme teknologi, *di mana* teknologi-lah yang membentuk sosial. Untuk menganalisis konstruksi sosial teknologi, SCOT "*opens the black box*" bahwa teknologi tercipta dengan mengikuti penggunaannya. Analisis SCOT terdiri dari empat konsep utama (Lower, 2006, p. 88-89) yaitu:

1. *Interpretative Flexibility*:

Komponen *interpretive flexibility* atau fleksibilitas interpretasi datang dari pemahaman relativisme dalam ilmu sosial. Desain teknologi dianggap sebagai proses terbuka yang dapat menghasilkan hasil pembangunan yang berbeda tergantung pada keadaan sosial (Klein, Hans, & Kleinman, 2002, p. 29). Fleksibilitas interpretasi hadir untuk menunjukkan bagaimana teknologi merupakan produk dari negosiasi antarkelompok. Sebuah teknologi memungkinkan beberapa desain penggunaan yang berbeda, hingga dari proses tersebut dapat menghasilkan hal berbeda (Klein, Hans, & Kleinman, 2002, p. 31). Humphreys menjelaskan pentingnya fleksibilitas dalam interpretasi untuk menjadikan teknologi semakin sesuai, atau sebagai solusi dari kondisi sosial dalam waktu tertentu (dalam (Mustika, 2018, p. 20).

Pengetian tentang sebuah artefak teknologi yang sama dapat berbeda secara radikal antara kelompok-kelompok sosial yang berbeda. Bahkan Bijker (1984) menyatakan bahwa sebuah artefak yang dipahami

dengan beberapa arti diperlakukan sebagai beberapa artefak yang berbeda. Bijker menyebut ini sebagai pluralisme artefak. Lebih lanjut, setiap arti berpotensi mengarahkan ke arah mana sebuah artefak dapat dikembangkan, yang juga disebut sebagai *multidirectionality*. Dalam hal teori evolusi, arti yang berbeda menyebabkan variasi dalam teknologi tersebut. Konflik, masalah baru, pengetahuan baru, pergeseran paradigma, dan penggunaan artefak yang tidak diperkirakan meningkatkan variasi ini.

2. *Relevant Social Groups:*

Komponen *relevant social group* atau kelompok sosial yang relevan merupakan komponen kedua dari konsep SCOT. Kelompok sosial yang relevan adalah orang-orang yang memiliki kepentingan yang mengarahkan banyak interpretasi menjadi sesuatu yang lebih spesifik (Mustika, 2018, p. 30). Menurut Klein dan Kelinman, setiap grup mungkin memiliki definisi yang berbeda dari dari kerja teknologi, sehingga pengembangan terus berlanjut sampai semua kelompok sampai pada kesepakatan bahwa artefak umum mereka berfungsi (Klien dan Kleinman, 2002, p. 31-32). Perkembangan teknologi tidak berhenti hingga seluruh anggota dalam kelompok sosial relevan berhasil interpretasi dan menegosiasi desainnya.

Individu dan kelompok memiliki pemahaman akan makna yang sama terhadap suatu teknologi. Oleh karena itu bisa dikategorikan sebagai

relevant social groups. *Kompas TV* diposisikan sebagai *relevant social groups* dalam penelitian ini.

3. *Closure and Stabilisation:*

Ketiga, komponen penting lainnya dalam kerangka SCoT adalah *closure and stabilization* atau penutupan dan stabilisasi. Proses ini adalah kondisi di mana kelompok sosial sepakat pada desain yang dijalankan sudah dapat diterima tanpa terjadi modifikasi desain tambahan dan artefak menjadi stabil dalam bentuk akhirnya (Klein, Hans, & Kleinman, 2002, p. 35).

Selama perdebatan tentang artefak teknologi, variasi yang lebih rendah akan dihilangkan hingga salah satu alternatif terpilih sebagai yang paling unggul. Variasi tersebut tidak harus unggul di fitur secara teknis, melainkan unggul dalam interpretasi kelompok-kelompok sosial yang relevan (Klein, Hans, & Kleinman, 2002, p. 37).

Menurut Klein, Hans & Kleinman (2002, p.37), penutupan sebuah perdebatan dapat dicapai dengan dua cara. Pertama, melalui penutupan retorik, yaitu, kelompok-kelompok sosial menerima bahwa masalah telah terpecahkan, terlepas dari apakah solusi yang sebenarnya telah ditemukan. Biasanya, sebuah kelompok yang dominan memaksakan penerimaan solusi pada kelompok yang lebih lemah. Penutupan cara kedua

dapat dicapai dengan mendefinisikan ulang masalah yang ada. misalnya, makna yang melekat oleh beberapa kelompok diterjemahkan ke dalam arti lain yang tidak lagi menimbulkan masalah. Penutupan perdebatan menstabilkan teknologi.

Pinch dan Bijker (1984, p. 427) melihat ini terjadi melalui mekanisme penutupan. Dalam kasus ini melalui dua tahapan, yaitu *rhetorical closure* dan *closure by redefinition*. *Rhetorical closer* berupa pernyataan dibuat bahwa tidak ada masalah lebih lanjut dan tidak ada desain tambahan diperlukan. Sedangkan *closure by redefinition* terjadi saat ada proses mendefinisikan ulang sehingga masalah sosial kelompok dapat terselesaikan (Klein, Hans, & Kleinman, 2002, p. 36).

Sementara *Closure and Stabilisation* penelitian ini adalah pemetaan adanya kelompok *relevant social group* yang berbeda, mulai dari cara pandang yang berbeda hingga kesepakatan penggunaan Tik Tok sebagai saluran distribusi berita atau informasi.

4. Wider Context:

Komponen keempat dalam konsep SCoT adalah *wider context*. Dalam tahapan ini, Klein dan Kleinman (2002, p. 49) menekankan teknologi atau inovasi dipercaya dipengaruhi oleh kondisi sosial, politik, dan budaya (dalam (Mustika, 2018)). Begitu pula dalam konsep awal Pinch dan Bijker yang percaya bahwa pandangan sosial, politik, dan

budaya yang dianut suatu kelompok sosial akan memengaruhi pemaknaannya terhadap teknologi. Namun, dalam penelitian awal Pinch dan Bijker (1984, p. 428), latar belakang interaksi kelompok, seperti hubungan di dalam kelompok, peraturan dalam interaksi, hingga perbedaan status, tidak digarisbawahi sehingga komponen konsep ini masih dapat dikembangkan.

Konteks yang lebih luas mencerminkan situasi sosial budaya dan politik di tempat di mana kelompok sosial yang relevan harus bertindak. Misalnya, pengaruh politik, budaya dan agama sehingga hal ini juga harus dipertimbangkan dalam studi SCOT. Dalam penelitian ini, yang menjadi *Wider Context* adalah konstruksi penggunaan Tik Tok sebagai bentuk kontribusi berita oleh media di Indonesia (KompasTV) maupun di luar negeri serta apa yang mendorong media (KompasTV) untuk memilih Tik Tok sebagai saluran informasi atau berita.

Menurut Octavianto (2014, p. 49) naskah SCOT pada 1984 menitikberatkan pada komponen fleksibilitas interpretative serta penutup dan stabilisasi, tetapi kurang menjelaskan komponen konteks yang lebih luas (dalam Mustika, 2018, p. 31). Naskah Pinch dan Bijker tentang SCOT belum menjelaskan bagaimana aspek sosial, budaya, dan politik memengaruhi proses fleksibilitas interpretasi dan proses stabilisasi (Octavianto, 2014, p. 55). Hal tersebut membuat penelitian menganggap konsep *Social Construction of Technology* masih dapat dikembangkan.

Melalui penelitian ini, penulis bermaksud menggunakan konsep SCOT dengan keempat komponennya sebagai alat analisis.

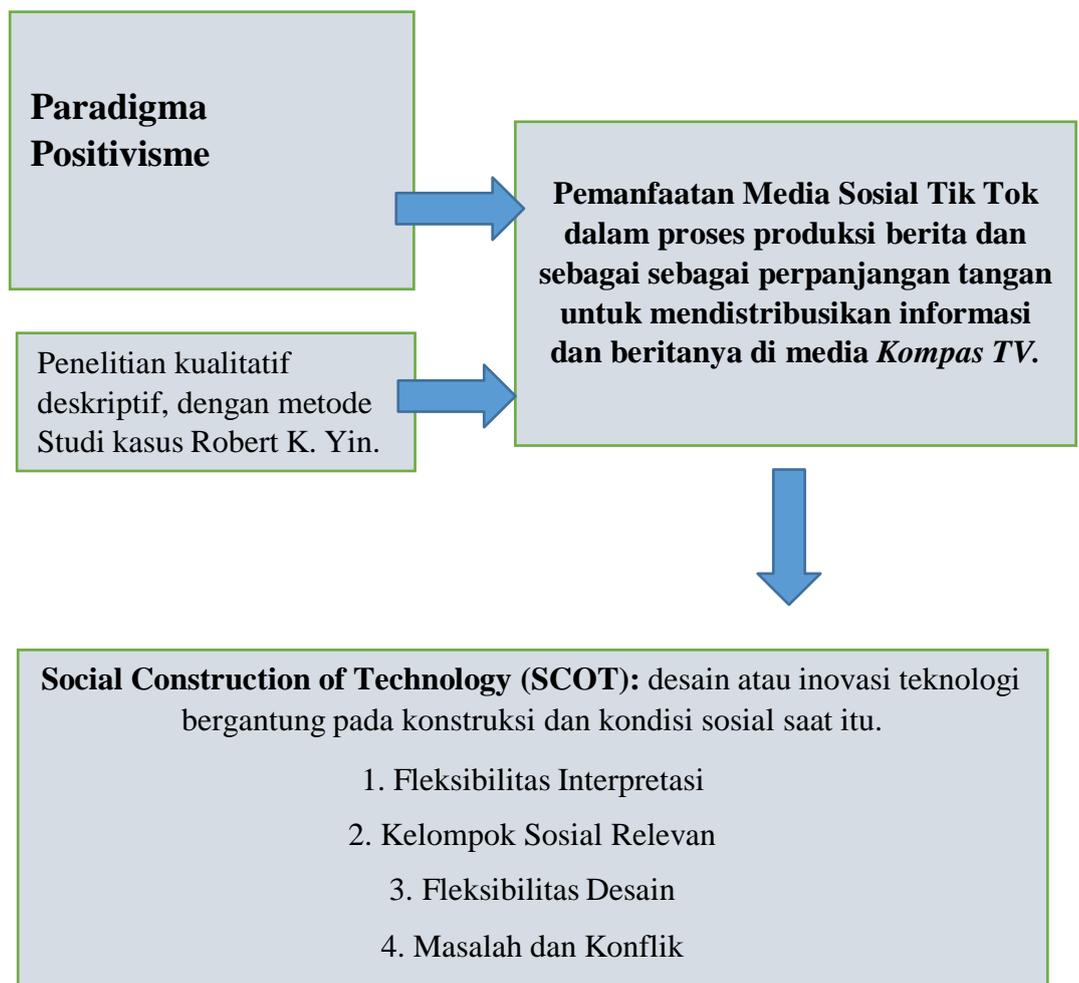
2.3 Alur Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan data tingginya total unduhan media sosial Tik Tok di Indonesia khususnya selama masa pandemi COVID-19. Setelah melakukan riset, peneliti menemukan industri media terkena dampak kerugian yang cukup besar, yaitu 40 - 80 persen akibat pandemi COVID-19. Karena saat ini Indonesia menduduki posisi negara ke-empat di dunia yang memiliki jumlah pengguna Tik Tok terbesar, banyak perusahaan media yang memanfaatkan Tik Tok sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan beritanya, serta untuk meningkatkan *engagement* audiensi khususnya generasi Z.

Berdasarkan data dan hasil riset tersebut akan diteliti dengan pendekatan kualitatif dan melalui metode penelitian studi kasus oleh Robert K. Yin. Untuk melakukan penelitian mengenai pemanfaatan media sosial Tik Tok oleh perusahaan media, penulis menggunakan teori *Social*

Construction of Technology (SCOT) dengan keempat komponennya sebagai pisau bedah dalam penelitian ini.

Gambar 2.1 Alur Penelitian



Sumber : Olahan penulis.