

Analisis Penyebaran Berita Hoax Melalui Media Sosial TikTok

Darryl Edra Prayitno

Universitas Kristen Indonesia

E-mail: darrylprayitno22@gmail.com

Article History:

Received: 17 Juni 2024

Revised: 28 Juni 2024

Accepted: 01 Juli 2024

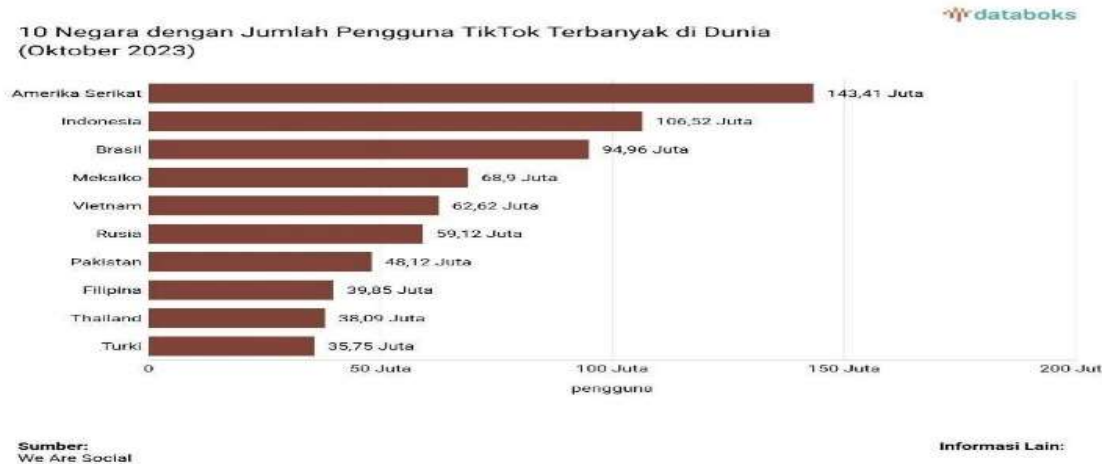
Keywords:

Digital
Communication, TikTok,
Hoax News, News
Dissemination

Abstract: Media sosial semakin mengalami perkembangan pesat dan banyak sekali digunakan oleh masyarakat dalam berkomunikasi, salah satunya aplikasi TikTok. Kini TikTok bukan hanya digunakan sebagai media komunikasi dan hiburan, melainkan TikTok digunakan untuk membuat dan menyebarkan berita hoax. Akun TikTok terkadang membuat dan menyebarkan berita melalui konten video. Akun-akun penyebar berita hoax juga memberikan dampak negatif bagi sebagian khalayak yang menggunakan aplikasi tersebut. Khalayak akun media sosial TikTok banyak yang belum berusia dewasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman yang dialami khalayak aktif terhadap berita hoax di aplikasi Tiktok. Penelitian ini menggunakan teori media baru. Teori ini digunakan untuk menganalisis penyebaran berita hoax di TikTok dengan memahami karakteristik unik platform media sosial ini dan bagaimana karakteristik tersebut memfasilitasi penyebaran informasi yang salah. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif-kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa berita hoax cenderung menyebar dengan cepat di TikTok melalui mekanisme sharing dan dukungan dari khalayak tertentu. Penyebaran berita di media sosial TikTok juga sangat pesat saat ini. Penelitian ini berpotensi menjadi landasan penyusunan strategi mitigasi dan pendekatan pencegahan untuk mengatasi permasalahan penyebaran berita hoax di platform ini.

PENDAHULUAN

Aplikasi Tiktok merupakan salah satu aplikasi entertainment yang menampilkan berbagai macam video dengan bermacam topik. Aplikasi Tiktok diciptakan pada tahun 2016 oleh Zhang Yiming di Tiongkok yang kemudian menjadi maju dan berada di pasar internasional. Aplikasi ini memiliki banyak manfaat bagi khalayaknya, mulai dari untuk menghibur, memunculkan berita, dan menghasilkan uang. Menurut sumber dari Databoks (Oktober 2023) jumlah khalayak Tiktok di Indonesia mencapai 106,52 juta khalayak, khalayak terbanyak setelah Amerika Serikat.



Sumber: (Annur, 2023)

Grafik 1. Negara Jumlah Khalayak TikTok terbanyak di dunia

Dengan memiliki khalayak yang banyak, peneliti membuat penelitian untuk menilai komunikasi digital yang terjadi pada aplikasi media sosial tiktok dalam penyebaran berita. Menurut B. Carl I. Hovland, dia mengatakan bahwa Komunikasi itu adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) dengan menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain. Sedangkan, Musnaini, Suherman, Wijoyo, & Indrawan mengungkapkan bahwa digital merupakan sebuah sarana yang kompleks, dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu kebiasaan pokok dalam kehidupan manusia. Komunikasi digital merupakan pertukaran informasi melalui teknologi atau platform digital. Dapat diartikan bahwa komunikasi digital adalah pertukaran informasi yang dilakukan menggunakan teknologi dalam kehidupan manusia (Hutapea, 2021).

Penyebaran berita sangat mudah sekali terjadi pada saat ini karena, masyarakat sudah menggunakan teknologi untuk melakukan semua kegiatannya dalam kehidupan sehari-hari. Berita dapat diartikan sebagai laporan tentang fakta ataupun ide terbaru yang sifatnya menarik, benar, atau penting bagi sebagian besar masyarakat (Al-ma'arif, 2022). Penyebaran informasi merupakan suatu informasi yang disebarluaskan yang bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang pesan yang ingin disampaikan, informasi tersebut disampaikan dengan memberikan fakta yang ada dengan tujuan untuk memberikan informasi yang benar dan jelas. Berita yang tersebar di media sosial dapat menjadi salah satu pemicu terjadinya beberapa berita-berita yang belum valid (Ardianto, 2011).

Dalam penelitian Mochammad Ihsan yang berjudul “Pemanfaatan aplikasi Tiktok untuk berita online: Studi kasus pada akun Tiktok @Suaradotcom” memiliki kesamaan pada penelitian ini dikarenakan meneliti tentang new media yang bergerak pada aplikasi Tiktok. Yang membuat adanya perbedaan dengan penelitian tersebut adalah pada penelitian ini, peneliti tidak menyebutkan secara spesifik akun tiktok yang dituju. Teori media baru menurut Rahmanita Ginting (dalam bukunya yang berjudul Etika Komunikasi Media Sosial, 2021) adalah media yang berbasis internet dan berbasis teknologi serta dapat bersifat secara privat maupun publik.

Dengan adanya penelitian yang memiliki kesamaan tersebut, peneliti ingin meneliti secara umum penyebaran berita yang terjadi pada aplikasi Tiktok berdasarkan pengalaman dari pengguna aktif TikTok. Masyarakat Indonesia dapat menjadi lebih waspada dalam menanggapi berita yang terbaru pada saat ini. Masyarakat Indonesia cenderung menerima berita dengan mentah-mentah dan tidak mencari kebenaran dari berita tersebut.

LANDASAN TEORI

Teori New Media

Pierre Levy (2001) mengemukakan gagasan media baru, yang membahas tren media. Dalam teori media baru, terdapat dua perspektif. Pertama adalah pandangan interaksi sosial, yang mengkategorikan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Menurut Pierre Levy, ada dua perspektif dalam teori media baru: pandangan interaksi sosial, yang mengkategorikan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Perspektif kedua adalah konsep integrasi sosial berbasis media, yang melibatkan khalayak media untuk pengetahuan, keterlibatan, dan transmisi melalui ritual, bukan pemahaman mendalam tentang perilaku manusia.

Menurut McQuail dan Ardianto (2011), media baru berbeda dengan media tradisional dalam hal perspektif khalayak.

1. Interaktivitas diukur dari respon khalayak terhadap tawaran pesan.
2. Kehadiran sosial (sociability): Dengan menggunakan suatu media dapat menjalin rasa keterhubungan yang akrab dengan orang lain. Media baru dapat menjembatani kesenjangan dalam kerangka acuan, meminimalkan ambiguitas, memberikan sinyal, dan meningkatkan sensitivitas dan personalisasi.
3. Otonomi: Khalayak yakin bahwa mereka memiliki kendali atas konten dan dapat memanfaatkannya secara independen dari sumbernya.
4. Kegembiraan digunakan untuk hiburan dan kesenangan.
5. Masalah privasi mungkin timbul ketika menggunakan media atau materi tertentu.
6. Personalisasi; Tingkat khalayak konten dan media bersifat pribadi dan unik.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka teori ini menekankan dimana aplikasi TikTok memungkinkan konvergensi berbagai format media, seperti teks, video, foto, dan audio, dalam satu platform. Hal ini memungkinkan penyebaran berita palsu dalam berbagai format yang menarik dan mudah dikonsumsi.

Aplikasi Tiktok

Aplikasi Tiktok pertama kali muncul pada bulan September 2016. Prosenjit dan Anwesari (2021) mendefinisikan aplikasi Tiktok sebagai program turunan media sosial berbasis Internet yang menawarkan fitur dan fungsi untuk membuat dan berbagi konten video pendek. TikTok adalah platform untuk membuat video musik pendek. Khalayak dapat memanfaatkan berbagai fungsi. Mulai dari efek video, musik, stiker, filter wajah, editing, dan lainnya. Program TikTok ini memungkinkan khalayak tidak hanya membuat film, tetapi juga menonton video yang dibuat orang lain dan meniru tindakan khalayak TikTok lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2017) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku dengan mendeskripsikan sesuatu dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk menyelidiki, menganalisis, dan menjelaskan suatu fenomena melalui bentuk tertulis daripada numerik (Sugiyono, 2014). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan berdasarkan kajian terhadap realitas sosial yang terdapat dalam aplikasi TikTok.

Selain itu, penelitian ini menggunakan teori media baru yang berarti diperlukan ketelitian

dalam menganalisis berita hoax pada aplikasi TikTok. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara melibatkan pengajuan pertanyaan kepada informan untuk memperoleh informasi tentang masalah yang diteliti. Informasi yang terkumpul kemudian diteliti dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi dan pesan secara dua arah yang berinteraksi kepada pihak penerima pesan, dalam artian dapat dilihat oleh langsung oleh penerima pesan. Musnaini, Suherman, Wijoyo, & Indrawan menjelaskan bahwa digital adalah sebuah metode yang kompleks, dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Komunikasi Digital adalah komunikasi yang penyampaian informasinya berbasis internet yang fleksibel dalam kehidupan manusia. Dengan terciptanya komunikasi digital pada saat ini memudahkan masyarakat jaman sekarang bisa berbagi apapun didalam aplikasi yang ada pada smartphone. Proses penyampaian pesan komunikasi digital sangat cepat dan dapat dilakukan dimana saja. proses-proses tersebut menimbulkan beberapa peningkatan komunikasi dalam suatu penyebaran informasi.

Pengertian berita menurut para ahli, Berita merupakan sebuah laporan peristiwa yang dimasukan kedalam suatu media massa yang bersyaratkan fakta atau gagasan dan terdiri dari unsur 5W+1H, serta mengandung nilai-nilai jurnalistik (Asep Syamsul M. Romli dalam Kamus Jurnalistik). Berita yang muncul pada saat ini juga sama dengan yang dulu, dimana masih harus dicari tentang kebenaran sumber informasi dari berita tersebut. Pada era modern ini, siapa saja dapat menyebarkan atau membuat sebuah berita dengan sangat mudah.

Media massa pada saat ini juga memanfaatkan beberapa teknologi dalam memberikan atau penyebaran suatu berita yang sedang hangat di kalangan masyarakat. Masih banyak masyarakat yang mudah percaya dengan berita-berita yang kebenarannya masih perlu dipertanyakan tentang berita tersebut. Dr.Rulli Nasrullah M.Si. (dalam buku Media Sosial, 2016), menyimpulkan bahwa Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan khalayaknya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan khalayak lainnya, dan membentuk ikatan sosial. Media sosial juga memiliki kekuatan yang sangat besar dalam penyebaran suatu berita yang terjadi pada era teknologi sekarang ini. Masyarakat Indonesia rata-rata sudah dapat menggunakan beberapa aplikasi dari media sosial yang sudah ada pada saat ini. Media sosial diciptakan untuk membuat suatu hiburan di dalam aplikasi tersebut bagi para khalayaknya dan dapat memberikan informasi yang memiliki edukasi di dalamnya.

Dengan adanya beberapa media sosial yang semakin mendukung pertukaran informasi melalui media sosial tersebut, kita menerima beberapa paparan dari dunia teknologi. Penyampaian pesan yang sangat cepat dapat dimanfaatkan oleh beberapa media massa untuk meningkatkan suatu pemberitaan terkini agar menjadi lebih cepat dan lebih efektif. Berita-berita yang menggunakan aplikasi media sosial sebagai salah satu cara penyebarannya, sangat disukai oleh banyak khalayak dari akun media sosial tertentu. Terlebih dengan khalayakan judul berita yang membuat khalayak akun akan mudah terpancing yang dapat membuat suatu berita hoax.

Di dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara yang sudah disusun dari beberapa pertanyaan dan pertanyaan tersebut berupa suatu kondisi realitas dari permasalahan yang sedang terjadi, selain itu informan penelitian ini merupakan khalayak aktif aplikasi TikTok. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, pada umumnya informan mengatakan bahwa mereka sering kali melihat berita hoax yang disebarkan melalui aplikasi TikTok. Selain itu beberapa khalayak memercayai berita tersebut.

Pada wawancara dilakukan ada beberapa pertanyaan yang peneliti berikan kepada informan yang aktif menggunakan aplikasi TikTok, seperti apakah anda khalayak tiktok? seberapa sering kalian menggunakan tiktok? seberapa sering anda mendapatkan berita dari tiktok? jenis berita apa yang anda konsumsi? seberapa besar anda mempercayai berita yang tersebar ditiktok? pernahkah anda menemukan berita palsu atau menyesatkan di tiktok? bagaimana anda merespons berita palsu atau menyesatkan di tiktok? menurut anda, apa dampak konsumsi berita di tiktok terhadap pemahaman anda tentang isu-isu terkini? dan apa dampak konsumsi berita di tiktok terhadap opini anda tentang isu-isu terkini? serta apa dampak jangka panjang konsumsi berita di tiktok terhadap masyarakat. Adapun hasil yang penelitian dari wawancara yang diperoleh:

Informan pertama bernama Nasya Natania, salah satu mahasiswa yang merupakan khalayak aktif aplikasi TikTok dari 2018, mengatakan “Pernah lihat, berita hoax di TikTok bisa sangat mengganggu dan menyesatkan para khalayak termasuk saya, penting untuk selalu memeriksa kebenaran informasi sebelum membagikannya dan edukasi orang lain tentang pentingnya sumber informasi yang dapat dipercaya. Jika menemukan berita yang meragukan, sebaiknya dilaporkan atau dibagikan dengan disclaimer bahwa itu adalah informasi yang belum diverifikasi.”

Informan kedua dari Clara Dewi mengatakan “Saya sebagai khalayak TikTok yang sangat sering menggunakan platform tersebut, terutama untuk mendapatkan berita seputar dunia K-Pop. Saya harus kritis terhadap berita yang saya konsumsi, saya meyakini tingkat kepercayaan sebesar 50% karena banyak berita yang tidak sesuai fakta di TikTok.” Pengalaman informan kedua pernah menemukan berita palsu di TikTok dan mendorongnya untuk melaporkan postingan tersebut karena kekhawatiran akan penipuan.

Informan ketiga yang bernama Calissta Zefanya mengatakan “Jujur aja, aku cukup percaya sama informasi yang ada di TikTok. Tapi, aku selalu tetap waspada dan nggak langsung percaya begitu aja. Aku selalu cari bukti dulu sebelum yakin sama suatu informasi.” Respon informan ini menjelaskan bahwa informan selalu waspada terhadap apapun berita yang diproduksi oleh aplikasi TikTok.

Informan keempat yakni Abellya Grisella mengutarakan pendapat “sangat sering, cara saya merespons adalah lebih waspada terhadap khalayakan tik tok terutama dalam hal khalayakan dan menangkap setiap berita, saya harus memastikan bahwa setiap berita yang saya terima itu sudah terbukti kebenarannya apabila itu hoax atau hanya asumsi saya membiarkan saja berita tersebut dan tidak mempengaruhi orang lain dengan berita hoax.” Selain itu, Menurut Abellya, terdapat kekhawatiran bahwa mengonsumsi berita di TikTok dapat mengurangi interaksi dengan saluran berita tradisional, seperti televisi. Sentimen ini didukung oleh banyaknya opini dan asumsi tanpa filter di TikTok, yang berpotensi meningkatkan kerentanan terhadap misinformasi di kalangan khalayaknya.

Informan kelima yaitu Reggen Sekri menjelaskan “menurut saya konten2 tiktok karena filterisasi nya kurang jadinya khalayak tiktok jadi banyak menemukan hal2 yg menyesatkan dan akhirnya membuat pemahaman/pemikiran baru terhadap khalayak2 tiktok.” Karena itu, Reggen berpendapat, mengonsumsi berita di TikTok dapat memberikan dampak psikologis bagi masyarakat karena seringnya terpapar dapat membentuk persepsi dan opini khalayak TikTok. Hal ini berpotensi membahayakan jika khalayak tidak kritis dalam memilih dan mengolah informasi yang diterimanya..

Informan keenam bernama Roro Irene, menegaskan “dengan adanya new media ini, menurut saya berita yang ada di tiktok cukup membantu saya selalu update berita2 baru, terlebih di tiktok berita disajikan melalui video dan teks jadi bisa lebih paham terhadap isi berita.” Sesuai informasi yang diberikan, Roro Irene mengiyakan bahwa TikTok sebagai sumber berita terpercaya.

Meskipun demikian, kemungkinan terjadi adanya informasi menyesatkan di platform, hal ini yang membuat Roro Irene tetap waspada dalam mencermati dan tidak menyebarkan berita bohong. Roro Irene menganggap TikTok sebagai alat yang berharga untuk mengakses informasi dan membentuk perspektif tentang berbagai permasalahan kontemporer.

Informan lainnya yaitu Yerikho Yehezkiel, salah satu khalayak aktif TikTok sejak dirilis aplikasi tersebut, Yerikho mengatakan “Pernah. Saya mencari fakta dan sumber yang terpercaya dari konteks berita menyesatkan tersebut supaya tau kebenarannya dan Berdampak cukup baik karna dapat memperoleh informasi berita isu terkini dengan cepat dan relevan disertai konteksnya juga. Secara tidak langsung dampak konsumsi berita juga dapat membentuk dan mengarahkan opini saya sesuai dengan sumber berita mana yang saya konsumsi informasinya.” Namun, Yerikho sebagai khalayak TikTok, ia memanfaatkan platform tersebut sebagai sumber informasi berita, namun tetap memiliki pola pikir kritis dan tidak mudah menerima semua berita begitu saja. Dia menganjurkan khalayak lain untuk rajin mencari fakta dan mengandalkan sumber terpercaya sebelum menerima informasi yang mereka temukan di TikTok.

Informan kedelapan bernama Siona Geraldine dan menuturkan “Saya pernah, caranya dengan mencari lagi berita seperti itu diplatform lain dan dampaknya seperti menjadi ketergantungan dengan hal hal yang viral di tiktok dan terus melihat dan mencari berita di tiktok” Karena itu, Siona menyadari bahwa TikTok berpotensi menyebarkan berita hoaks sehingga ia sangat berhati-hati dalam menggunakan platform tersebut. Ia menyarankan khalayak lain untuk kritis terhadap informasi yang mereka temukan di TikTok dan memastikan kebenarannya sebelum menerimanya.

Informan selanjutnya, Salomo Marbun menjelaskan “menurut saya berita yang disebar di tiktok membuat saya memiliki pandangan tersendiri, karena disetiap saya menerima informasi di tiktok saya harus lebih berhati-hati dan menelaah lebih lanjut mengenai sumber.” Hal ini diakui oleh Salomo bahwa TikTok berpotensi menyebarkan berita hoaks. Dia menyarankan khalayak lain untuk kritis terhadap informasi yang mereka temukan di TikTok dan memastikan kebenarannya sebelum menerimanya.

Informan terakhir yaitu Mariska Tandirerung menanggapi “sering saya lihat berita hoax di TikTok, dan sepertinya TikTok sebagai media yang praktis dalam menyebarkan informasi palsu atau mungkin khalayak yang minim literasi.” Sebab itu, Mariska menekankan pentingnya konsumsi berita di TikTok agar khalayak tetap mendapat informasi mengenai peristiwa dan isu terkini. Perlu diketahui bahwa sangat penting untuk tidak hanya mengandalkan TikTok untuk mendapatkan berita, namun mencari informasi tambahan dari sumber terpercaya lainnya untuk memverifikasi keakuratan informasi. Terdapat kekhawatiran khusus mengenai potensi dampak jangka panjang dari konsumsi berita di TikTok dan ditekankan bahwa literasi media sangat penting dalam konteks ini.

Dari hasil wawancara di atas, banyak informan yang aktif menggunakan aplikasi TikTok menyatakan pendapat bahwa dengan adanya beberapa TikTok yang semakin mendukung adanya new media melalui media sosial tersebut, informan dapat menerima beberapa paparan dari aplikasi tersebut. Penyampaian pesan yang sangat cepat dapat dimanfaatkan oleh aplikasi TikTok telah meningkatkan suatu penyampaian pemberitaan terkini lebih cepat. Meskipun demikian, beberapa informan menkhawatirkan aplikasi TikTok memberikan dampak jangka panjang terhadap khalayak yang kurang selektif dan menerima pesan sepenuhnya tanpa mencerna terlebih dahulu. Menurut informan juga dengan adanya perkembangan aplikasi TikTok ini diharapkan khalayak dapat berhati-hati dalam mencari dan memahami suatu informasi dari berita. Selain itu juga alasan informan mengatakan dengan adanya new media ini diharapkan khalayak lebih cerdas dalam

menggunakan teknologi agar tidak menyalahgunakan yang mengakibatkan kerugian.

Hal lainnya juga informan menanggapi *new media* ini sesuatu hal yang positive bagi kehidupan dan tentunya bagi menambahkan wawasan dalam menggunakan teknologi. Selain itu informan lainnya juga mengatakan dengan adanya *new media* ini ada beberapa dampak negative nya juga seperti khalayak dengan mudah diperdaya dan menyebarkan informasi berita hoax terhadap grup-grup keluarga. Namun, di sisi lain informan juga ada beberapa yang masih optimis dalam menghadapi kehadiran *new media* yang akan berdampak pada perekonomian dan pendidikan di Indonesia.

Meskipun demikian, informan mengharapkan khalayak selalu cermat dalam menanggapi berita dan menelaah terlebih dahulu tanpa langsung bertindak. Hal itu terjadi ketika muncul suatu berita yang menimbulkan kontroversial dan bisa diketahui melalui judul berita tersebut. Penyebab masalah tersebut terletak pada tingkat literasi khalayak itu sendiri, seperti malas membaca sumber lainnya yang kredibel, tidak membaca keseluruhan, tidak membaca keterangan atau caption artikel berita tersebut dan menelaah video dari akun TikTok secara langsung. Sehingga, hal itu yang mengakibatkan khalayak yang menimbulkan dampak dari berita hoax secara meluas. Tentunya hal ini disebabkan oleh khalayak yang masih belum memiliki kemampuan literasi media.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan berbagai wawancara dapat disimpulkan bahwa salah satu penyebab mengapa berita TikTok tersebar dengan mudah dan masih sulit dalam menekankan penyebaran berita hoaks yaitu terletak pada minimnya literasi dan tingkat pengetahuan akan berita hoax. Selain itu, aplikasi TikTok juga mendukung penyebaran berita hoaks dengan cara fitur sharing ke grup media sosial lainnya, salah satunya Grup Whatsapp. Meskipun demikian, beberapa informan mengatakan bahwa kunci menekan penyebaran berita hoaks terletak pada khalayak itu sendiri dalam menggunakan media sosial. Selain itu, harapan informan ialah bagi khalayak yang belum memahami dan mencermati berita di TikTok supaya cepat sadar akan bahaya penyebaran berita hoaks dan segera memiliki kemampuan literasi media

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih kepada Tuhan yang Maha Esa, karna atas izin dan kuasanya memberikan izin dalam menyelesaikan artikel yang sekiranya dapat memberikan manfaat serta sebagai syarat Ujian Tengah Semester. Terlebih lagi ucapan terimakasih atas terselesaikannya proses pengerjaan artikel ini, diberikan khusus kepada Formas Jutan Lase, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pada mata kuliah Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif yang berjasa dalam membantu serta memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses penyelesaian artikel ini.

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada informan yang bersedia menjadi informan dan bersedia atas kesiapan waktu nya untuk dilakukan wawancara sehingga membantu dalam proses penyelesaian pembuatan artikel tersebut.

Sekiranya agar artikel ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya, serta bermanfaat bagi setiap orang yang membutuhkan artikel tersebut sebagai bahan referensi untuk penelitian dengan kasus dan topik yang sama untuk dibahas.

DAFTAR REFERENSI

- Al-ma'arif, M. I. (2022). *Pemanfaatan aplikasi Tiktok untuk berita online: Studi kasus pada akun Tiktok@ Suaradotcom* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
 Annur, C.M. (2023) 'Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023,

- Nyaris Salip AS?’, *databoks.katadata.co.id*. Available at: databoks.katadata.co.id.
- Ardianto, E. (2011). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., ... & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Hutapea, M. J. A., & Rubiyanti, N. (2021). Pengaruh Promosi Dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk 3 Second Pada Masa Pandemi Covid-19 (studi Kasus Di 3 Second Kota Medan). *eProceedings of Management*, 8(4).
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke-36. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Pierre Levy, *Cyberculture* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001) dikutip dalam Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), 13.
- Prosenjit, G., & Anwesana, G. 2021. An Unusual Case of VideoApp Addiction Presenting as Withdrawal Psychosis. *International Journal of Recent Scientific Research*, 12(1), 40455-40457. <https://doi.org/10.24327/IJRSR>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*. In Alfabeta.