

# Vemilia Bolin Vaniavi Fanti

*by* UNITRI Press

---

**Submission date:** 19-Jun-2023 09:26AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1993868053

**File name:** Vemilia\_Bolin\_Vaniavi\_Fanti.docx (580.62K)

**Word count:** 1903

**Character count:** 12128

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL  
PADA JATIM TIMES DAN TUGU MEDIA GROUP**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
VEMILIA BOLIN VANIAFI FANTI  
NIM 2018230067**

**7  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI  
MALANG  
2023**

## **RINGKASAN**

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan orang untuk memamerkan diri, terlibat, bekerja sama, berbagi, dan membuat hubungan sosial secara elektronik. Masyarakat menggunakan media sosial secara luas karena merupakan salah satu fenomena yang paling terkenal dan karena memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi secara online, terlibat dalam diskusi, berinteraksi dengan orang lain, mengekspresikan kreativitas mereka, dan terlibat dalam berbagai bentuk interaksi sosial lainnya. Media sosial bagi portal berita media online dianggap sangat penting karena dengan kehadiran media sosial sangat membantu dalam mendistribusikan berita kepada publik. Selain sebagai media untuk mendistribusikan berita kepada publik, portal berita online juga menggunakan media sosial dalam berbagai hal.

Penelitian ini menggunakan metodologi pendekatan penelitian kualitatif dan menggunakan teori *Uses and Gratifications* dengan mewawancarai 6 informan meliputi Pimpinan Redaksi Jatim Times, Manager media sosial Jatim Times, Admin media sosial Tiktok Jatim Times, Direktur Pemberitaan Tugu Media Group, Wartawan Tugu Media Group, Admin media sosial Tugu Media Group. Wawancara dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data. Reduksi data, penyajian, dan pengambilan kesimpulan semuanya termasuk dalam analisis data.

The Jatimtimes dan Tugu Media Group menggunakan media sosial untuk enam tujuan berbeda: sebagai sumber informasi, sebagai metode penyampaian informasi, sebagai media hiburan, sebagai alat promosi media, sebagai alat branding, dan sebagai media untuk iklan. Selain kelebihan media sosial sebagai sumber informasi, juga menghadirkan masalah bagi media online karena banyak orang lebih tertarik membaca berita yang beredar di media sosial, meskipun informasinya tidak dapat dipercaya. Untuk itu wartawan Jatim Times dan Tugu Media Group akan menulis berita yang lebih mendalam dengan melakukan *check ricek* akan kebenaran informasi yang didapatkan karena berita yang disebarkan ke publik haruslah berita yang dapat dipercaya.

**Kata Kunci:** Media Sosial, *Teori Uses and Gratifications*, Pemanfaatan Media Sosial

## PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Di era global saat ini, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi terjadi dengan sangat cepat. Perkembangan baru yang mendukung teknologi saat ini selalu mengikuti perubahan tersebut. Adanya internet yang telah digunakan oleh beberapa organisasi menjadi bukti kemajuan teknologi di bidang informasi dan komunikasi. Karena kontribusi sosial dan teknologi internet yang signifikan, khususnya dalam proses penyebaran berita, pertumbuhan internet terjadi dengan cepat dan dengan banyak manfaat (Situmeang, 2020: 11).

Kemajuan teknologi informasi tidak diragukan lagi telah memberikan berbagai dampak bagi masyarakat, terutama pada bagaimana kehidupan individu saat ini, yang kehidupannya cenderung lebih sederhana dan lebih produktif. Dulu, orang menggunakan media satu arah untuk mencari informasi, seperti membaca publikasi cetak seperti surat kabar dan majalah atau menonton televisi, pergi ke bioskop, atau mendengarkan radio. Namun, orang-orang saat ini lebih suka memanfaatkan sumber internet untuk belajar tentang apa saja; mereka mungkin menggunakan Google dan portal berita untuk menemukan konten yang memenuhi kebutuhan informasi mereka (Galura, 2013).

Informasi secara berkala dikirim melalui media internet, agar masyarakat mengetahui perkembangan terkini. Tanpa harus menunggu menit, jam, atau hari seperti yang terjadi pada media elektronik atau media cetak, setiap kejadian atau peristiwa yang terjadi di lapangan dapat langsung dipublikasikan ke website media online. Hal inilah yang mempercepat penyebaran informasi melalui jaringan internet ke marketplace (pengakses) dengan jangkauan mendunia. Selain itu, informasi yang disebarluaskan melalui media ini berbentuk statistik dan fakta, bukan anekdot atau esai yang belum terbukti. Pemutakhiran dan tampilan waktunya memungkinkan penyampaian informasi secara terus-menerus, menghilangkan kebutuhan akan waktu utama.

Hanya penting ketika pengguna ingin mendapatkan informasi karena terus disediakan (Rahman & Prasetya, 2018). Secara teknis, multimedia berbasis

internet dan komputer merupakan media online. Cybermedia (media baru) adalah nama lain dari media online, yang didefinisikan sebagai media yang ditawarkan secara online di situs web. Pengguna dari seluruh dunia dapat mengakses informasi atau berita melalui komputer dan internet berkat media berbasis telekomunikasi dan multimedia. Portal, situs web (termasuk blog dan situs media sosial seperti Facebook dan Twitter), radio online, TV online, dan email semuanya termasuk dalam kategori media online (Romli, 2018: 34–35).

Di Indonesia, media internet kini berkembang pesat. Berdasarkan informasi Dewan Pers, telah terdaftar 1.647 situs berita media online di seluruh Indonesia. Hanya 85 di antaranya yang secara faktual dan 169 yang secara administratif disahkan dari jumlah tersebut (Kencana, 2022). Menurut survei Reuters Institute for the Digital News Report 2022 melaporkan kondisi media massa, Detikcom menerima hingga 65% dari konsumsi media online publik di Indonesia, diikuti oleh Kompas online dengan 48% dan CNN Indonesia dengan 35% (Pahlevi, 2022).

Gunakan media sosial sebagai sumber informasi sekaligus sarana penyebaran informasi jika ingin memperoleh berita atau informasi yang dapat diakses di media online. Media sosial adalah platform online yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, terlibat, bekerja sama, berbagi, dan menciptakan hubungan sosial virtual dengan pengguna lain (Nasrullah, 2015: 11).

Media sosial saat ini menjadi media yang banyak digunakan oleh masyarakat umum karena popularitas fenomena ini, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi secara online, terlibat dalam diskusi, berkomunikasi dengan orang lain, mengekspresikan kreativitas mereka, dan mengambil bagian dalam kegiatan lainnya. (Fitriani, 2021) Pengelompokan sosial lainnya. Menurut statistik We Are Social dari tahun 2022, Indonesia adalah rumah bagi 204,7 juta pengguna internet, seperti yang dapat ditunjukkan. Ada peningkatan 1% pengguna internet dibandingkan tahun sebelumnya. Mengingat jumlah penduduk Indonesia secara keseluruhan sebesar 277,7 juta jiwa, berarti 64% penduduk Indonesia memiliki akses ke dunia maya. Menurut studi ini, ada hingga 191,4 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia. Menurut We Are Social, kini ada 21 juta lebih

4 pengguna media sosial aktif di Indonesia. Gambar 1 menampilkan informasi tersebut, yang dikumpulkan dari Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, dan pengguna media sosial lainnya (Prastya, 2022).

4  
**Gambar 1:**

### Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia



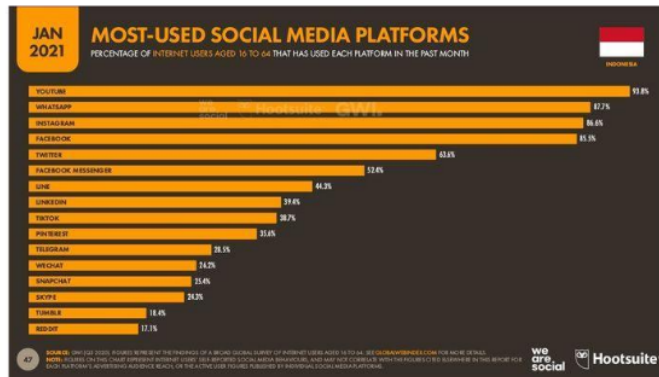
(Sumber : We Are Social, 2022)

5 Media sosial, salah satu jenis media yang digandrungi masyarakat, berperan penting dalam kehidupan masyarakat sebagai sarana penyebaran dan penemuan informasi yang sedang hangat diperbincangkan. Karena keinginan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari seluruh dunia, dapat dikatakan bahwa akses ke media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan dasar setiap orang (Salafudin, 2019). Bahkan media sosial, seperti Twitter, Facebook, Instagram, Tiktok, dan platform serupa, dapat meniadakan status sosial yang seringkali menjadi penghalang komunikasi (Watie, 2016). Ini karena platform ini memungkinkan pengguna untuk terlibat tanpa bertemu secara fisik satu sama lain.

Menurut perkiraan dari We Are Social untuk tahun 2021, Youtube yang menyumbang 93,8% dari seluruh pengguna internet di Indonesia merupakan

platform media sosial yang paling banyak digunakan di sana. Kemudian Instagram 86,7%, Facebook 85%, dan Tik Tok 38,7% (Fitriani, 2021).

**Gambar 2:**  
**Platforms Media Sosial Yang Banyak Digunakan**



(Sumber: We Are Social 2021)

14

Basis pengguna media sosial yang berkembang saat ini membuat platform media sosial berguna di berbagai industri. Misalnya, media sosial digunakan sebagai alat pembelajaran di bidang pendidikan. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran tanpa mengharuskan peserta untuk hadir secara fisik; ini dikenal sebagai pembelajaran virtual. Sekalipun jarak dan waktu antara pendidik dan peserta didik dapat berubah, pembelajaran online atau virtual yang memanfaatkan media sosial berbasis internet tetap dapat menawarkan konten kepada peserta didik (Wati, 2021). Sebagai metode komunikasi pemasaran digital, ia memiliki keunggulan tambahan. Dalam hal ini, khalayak diinformasikan, dibujuk, dan diingatkan tentang barang dan jasa yang ditawarkan oleh media digital, yaitu media sosial, melalui penggunaan media sosial. Dari perspektif pemasaran di media sosial atau periklanan, ini jelas. Dari perspektif pengiklan dan pemasar, media sosial menyediakan berbagai materi. Konten ini dibuat dalam format teks dan audio-visual. Ada banyak produk berbeda yang

diiklankan secara online, terutama di platform media sosial Instagram dan lainnya seperti tempat wisata, kuliner, jasa, dan sebagainya (Kusuma, 2018).

Media sosial digunakan sebagai sumber berita oleh jurnalis serta alat pembelajaran dan komunikasi bagi pemasar digital. Seperti yang sudah menjadi rahasia umum, media sosial mengisi tuntutan akan jurnalisme, sebuah sektor berbasis informasi (Rosemarwati & Lindawati, 2019). Hal ini sering terjadi di bidang jurnalisme yang menggunakan media sosial sebagai sumber data. Misalnya, publikasi online Liputan6.com melaporkan bintang program Fuji Utami, yang diduga stres setelah menerima hinaan dari pengguna internet Indonesia. Untuk membuat berita dan menyebarkannya ke masyarakat, informasi ini dikumpulkan dari media sosial YouTube The Sungkars (Riantrisantanto, 2022).

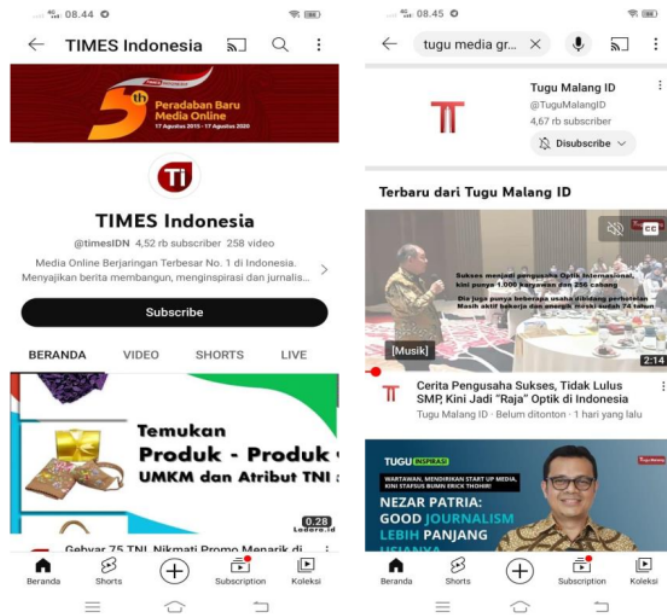
Hal ini juga terlihat dari temuan sebuah studi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan di Amerika Serikat terhadap 500 jurnalis dari 15 negara yang berbeda, yang mengungkapkan bahwa hingga 47% dari mereka menggunakan media sosial, yaitu Twitter dan Facebook, sebagai sumber berita. (Nuraeni, 2017). Oleh karena itu, media sosial digunakan dalam bisnis media sebagai metode komunikasi digital dan sebagai prosedur jurnalistik. Media sosial digunakan dalam hal ini untuk kegiatan jurnalistik termasuk pengumpulan berita, pemeriksaan, dan penyebaran. Media sosial digunakan oleh portal berita online untuk menghasilkan ide cerita, melibatkan pemirsa dan pembaca, serta mengumpulkan lebih banyak data (Kencana, 2022).

Media sosial tidak dapat dipungkiri telah dimanfaatkan oleh setiap orang, termasuk situs berita online yang berfungsi sebagai media industri berbasis informasi dan memiliki profil media sosial. Ada lebih dari belasan situs berita online yang menggunakan media sosial, seperti yang ada di Malang, salah satunya adalah Jatim Times.com dan Tugu Media Group. Kedua publikasi online ini memiliki profil di jejaring sosial antara lain Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan YouTube. Bahkan jika dibandingkan dengan media online lainnya, kedua media online ini memiliki followers dan penonton yang lebih banyak di media



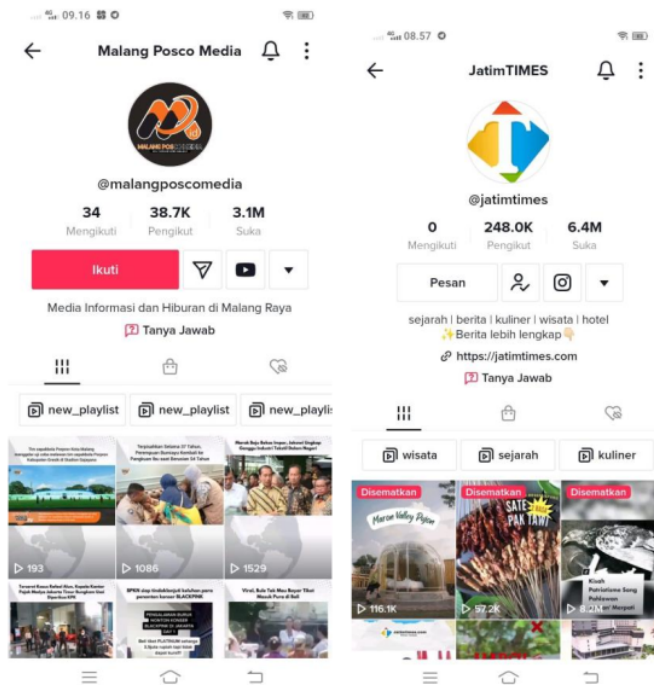
sosial. Misalnya, media online Times Indonesia memiliki lebih sedikit pelanggan YouTube daripada media online Tugu Media Group, sedangkan media online Jatim Times memiliki lebih banyak pengikut Tiktok daripada Malang Posco Media..

**Gambar 3:**  
**Perbandingan Jumlah Subscribe Youtube dari Times Indonesia Dan Tugu Media Group**



*(sumber: Youtube Times Indonesia dan Tugu Malang ID, 2023)*

**Gambar 4:**  
**Perbandingan Jumlah Pengikut media sosial Tiktok dari Malang Posco Media dan Jatim Times**



(Sumber: Tiktok Malang Posco dan Tiktok Jatim Times, 2023)

Publikasi online Jatim Times dan Tugu Media Group memiliki <sup>13</sup> pengikut atau followers yang cukup banyak di media sosial, hal ini dapat dilihat dari perbandingan followers atau pengikut media online diatas. Karena akun media sosial yang dimiliki oleh kedua portal berita online ini telah terpantau dan terlihat bahwa setiap postingan berisi berita yang ditujukan untuk khalayak umum, maka kedua media online ini menggunakan media sosial sebagai sarana distribusi beritanya. Informasi tidak hanya disebarluaskan melalui website yang dimiliki, tetapi juga melalui berbagai media perantara sebagaimana telah disebutkan sebelumnya.

Semua orang menyukai dan mempercayai publikasi online Jatim Times dan Tugu Media Group untuk memberi mereka informasi atau berita terbaru dan dapat dipercaya <sup>9</sup> tentang apa yang terjadi baik di dalam maupun di luar kota Malang. Dalam hal ini, berita yang dipublikasikan lebih akurat karena memuat informasi

detail dan gambaran dari kejadiannya, sehingga pembaca dapat dengan cepat memahami informasi yang dipublikasikan dan dibagikan melalui media perantara seperti media sosial. Hal itu terlihat dari terbitan online Malang Times nomor 517 pada daftar Alexa per 25 Juni 2018. Posisi ini menempatkan media arus utama Malang di urutan teratas daftar media di Malang Raya. Kemudian, menurut Alexa Site Ranking 2021, Tugumalang.id berada di peringkat 426.300. Pada Senin, 27 September 2021, Dewan Pers juga secara resmi mengesahkan kebenaran publikasi online Tugumalang.id.

Berdasarkan konteks tersebut, penulis terdorong untuk menulis dalam sebuah karya ilmiah yang akan ditelaah secara mendalam di bawah judul **“Pemanfaatan Media Sosial pada Jatim Times dan Tugu Media Group”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana pemanfaatan media sosial pada Jatim Times dan Tugu Media Group?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Pemanfaatan media sosial Jatim Times dan Tugu Media Group dipilih sebagai target penelitian berdasarkan penciptaan isu penelitian tersebut di atas.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **a. Secara akademis**

Untuk memberikan kontribusi ilmiah kepada mahasiswa <sup>11</sup> pada umumnya dan penulis pada khususnya.

### **b. Secara praktis**

Wartawan dari East Java Times dan Tugu Media Group dapat memanfaatkan temuan kajian tersebut sebagai narasumber ketika menggunakan media sosial.

# Vemilia Bolin Vaniavi Fanti

## ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://lib.ui.ac.id">lib.ui.ac.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://www.kompasiana.com">www.kompasiana.com</a> Internet Source	1%
4	Pilga Ayong Sari, Pipit Widiatmaka, M. Fadhil Yarda Gafallo, Adiansyah Adiansyah, Haris Supiandi, Taufik Akbar. "Coffee Shop Sebagai Ruang Diskusi Bagi Masyarakat Digital Untuk Meminimalisir Berkembangnya Berita Hoax Di Kota Pontianak", <i>Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam</i> , 2022 Publication	1%
5	<a href="http://eprints.uad.ac.id">eprints.uad.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://rinjani.unitri.ac.id">rinjani.unitri.ac.id</a> Internet Source	1%

8	goodmoney.id Internet Source	1 %
9	id.123dok.com Internet Source	1 %
10	suaramuhammadiyah.id Internet Source	1 %
11	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
12	repository.stiki.ac.id Internet Source	<1 %
13	www.ruanghr.co.id Internet Source	<1 %
14	Tesha Hestyana Sari, Wiwiek Delvira, Dira Wirdaniza, Sindy Shalsabella Ashali. "PENINGKATAN PENGETAHUAN REMAJA TENTANG DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KESEHATAN FISIK DAN MENTAL DENGAN PENDEKATAN PEER GROUP DI SMPN 21 PEKANBARU", Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin, 2020 Publication	<1 %
15	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.uniga.ac.id Internet Source	<1 %

---

17

玲子 税所. "デジタル化の中でのニュースの読まれ方 (2)", 放送研究と調査, 2022

Publication

---

<1 %

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On

# Vemilia Bolin Vaniavi Fanti

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---

PAGE 10

---