

# ANALISIS ISI ETNOGRAFIS: GAYA JURNALISME MEDIA BARU PADA BERITA DI PLATFORM TIKTOK

Wike Widyaswarawati, Nurul Hasfi  
[swarawike@gmail.com](mailto:swarawike@gmail.com)

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407  
Faksimile (024) 7465405 Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email : [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

## *Abstract*

*Technology of communication is growing from time to time. Nowadays, online media is very helpful for people to get information quickly and widely. Likewise, newspaper companies are currently using social media as a means of delivering news. One of the social media is Tiktok application. It provides some features for making short creative videos and publishing them to public. The visuals of the news published on Tiktok are free and various so that they can attract the number of viewers. Although, the information or news which is delivered must be accurate and prioritize quality of journalism and apply ethical codes of journalism well.*

*Therefore, in this study, the author wants to explore how journalism quality on news videos from the official news account on Tiktok is. This research is a qualitative research method with an ethnographic content analysis type. While the data collection technique in this study is in the form of news documentation. There are 30 news videos on 3 official news accounts on Tiktok, namely @kompascom, @liputan6com, and @patroli\_indosiar. The results of the study show that the use of journalism style in news videos on Tiktok is applied on the video sampling. Most of these news videos use an inverted pyramid, but their titles are still clickbait. They are not in accordance with EYD rules, the writing of the news terrace do not fulfill indicators of 5W + 1H, and the news writing does not meet the indicators of journalism ethics rules.*

*Keywords: News, Social Media, Journalism Quality, Ethic Codes of Journalism*

## **ABSTRAK**

Teknologi di bidang komunikasi semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Saat ini media online sangatlah membantu masyarakat dalam efisiensi penyebaran informasi secara cepat dan luas. Demikian pula perusahaan media massa saat ini memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian berita. Media sosial tersebut salah satunya adalah aplikasi Tiktok. Aplikasi Tiktok merupakan aplikasi media sosial yang memberikan fitur pembuatan video kreatif singkat serta mempublikasikannya ke khalayak umum. Visual dari berita yang disajikan di Tiktok lebih bebas dan beragam sehingga bisa menarik jumlah penonton yang melihatnya. Meskipun demikian, informasi atau berita yang disajikan haruslah tetap akurat dan mengutamakan kualitas jurnalisme yang baik, serta tidak melanggar kode etik jurnalisme.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis ingin menggali bagaimana kualitas jurnalisme pada video-video berita dari akun berita resmi Tiktok. Penelitian ini metode penelitian kualitatif dengan tipe analisis isi etnografis. Sedangkan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa dokumentasi pemberitaan yaitu 30 video berita pada 3 akun berita di Tiktok yaitu @kompascom, @liputan6com, dan @patroli\_indosiar. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa teknik penulisan dan kode etik jurnalisme pada video-video berita yang ada di Tiktok telah diterapkan. Sebagian besar dari video berita tersebut menggunakan piramida terbalik, tetapi judul masih *clickbait*, sebagian besar tidak sesuai dengan kaidah EYD, penulisan teras berita tidak memenuhi unsur 5W+1H, dan penulisan berita kurang memenuhi indikator kaidah etika jurnalisme.

**Kata Kunci:** Berita, Media Sosial, Kualitas Jurnalisme, Kode Etik Jurnalisme

## **PENDAHULUAN LATAR BELAKANG**

Saat ini kehidupan masyarakat tak bisa terlepas dari keberadaan media. Kondisi perkembangan media sosial membuat jangkauan komunikasi manusia menjadi sangat luas.

Walaupun media massa mengalami peningkatan dan penurunan, perusahaan media harus mampu memanfaatkan teknologi meningkatkan sumber daya manusia dalam menciptakan terobosan dalam penyampaian informasi. Media massa saat ini tidak hanya memproduksi media cetak dan siaran, melainkan berkembang menjadi media online (Khatimah, 2018). Untuk mempermudah pembaca mendapat informasi atau berita, surat kabar di Indonesia kini telah memiliki alamat website resmi yang memuat informasi atau berita yang tertulis dalam media cetaknya. Disusul kemudian, media siaran seperti radio dan televisi pun memiliki alamat website yang menyajikan berbagai informasi berkaitan dengan siaran yang mereka tayangkan. Saat ini media online sangatlah membantu masyarakat dalam efisiensi penyebaran informasi secara cepat dan luas.

Keberadaan media sosial memiliki peranan penting bagi berbagai bidang termasuk layanan informasi. Media sosial digunakan oleh perusahaan surat kabar karena mempunyai berbagai kelebihan dan nilai lebih yang dimanfaatkan oleh perusahaan maupun organisasi. "TikTok" merupakan salah satu media sosial yang menjadi alternatif pilihan dalam menyampaikan sebuah informasi atau berita berupa gambar, suara dan video (Susilowati, 2018). Dikutip dari

[www.theatlantic.com](http://www.theatlantic.com) yang diakses pada 19 Januari 2023 menjelaskan bahwa, Tiktok adalah aplikasi yang paling populer di kalangan masyarakat saat ini. Masyarakat dapat mengunduh aplikasi Tiktok secara mudah pada *gadget* mereka.

Pada awalnya Tiktok berfungsi sebagai media hiburan. Namun, seiring berjalannya waktu fungsi Tiktok makin meluas. Para pengguna Tiktok makin kreatif dan memanfaatkan media tersebut sebagai media untuk berbisnis, media untuk promosi, media edukasi dan media untuk menyalurkan hobi. Selain itu, akibat tingginya peminat serta pengguna aplikasi Tiktok seperti program berita di televisi dan website berita online dapat menambah jangkauan pembaca berita di aplikasi Tiktok.

Perkembangan dalam media sosialpun juga dimanfaatkan di ranah jurnalisme dengan melakukan berbagai inovasi dalam penyampaian berita. Terlebih lagi kebutuhan informasi, keinginan dan perilaku publik juga mengalami perubahan secara signifikan. Sehingga kemudahan media sosial Tiktok ini dapat menjadi akses bagi jurnalis untuk menyampaikan berita. Bahkan tidak hanya jurnalis profesional, saat ini setiap orang dapat menjadi *content creator* untuk memberikan informasinya. Tentu ini akan mempengaruhi kualitas dari informasi yang beredar di Tiktok. Meski memiliki fitur yang lebih menarik dan bebas, seharusnya informasi atau berita yang disajikan di Tiktok tetap akurat dan sesuai dengan gaya jurnalisme yang baik dan benar serta tidak melanggar kode etik jurnalisme. Namun kenyataannya, ada beberapa akun berita yang menyajikan informasi dengan kualitas jurnalisme yang tidak

sesuai dengan kaidah dan atau kode etik jurnalistik yang seharusnya.

Fenomena yang terjadi sekarang ini, masih banyak dijumpai adanya pemberitaan di Tiktok yang tidak sesuai dengan teknik penulisan jurnalistik dan Kode Etik Wartawan yang berlaku. Penelitian ini akan fokus untuk mendeskripsikan bagaimana kualitas jurnalisme pada berita video di *platform* Tiktok. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan kualitas jurnalisme berita video pada media baru yang diaktualisasi dalam pemberitaan pada akun berita di platform Tiktok.

### **RUMUSAN MASALAH**

Dalam realita yang ada, masih dijumpai adanya pemberitaan yang tidak sesuai dari teknik penulisan jurnalistik serta penerapan Kode Etik Wartawan. Indikasi penyimpangan lebih banyak ditemui pada media online dibandingkan dengan media konvensional. Penelitian ini akan fokus untuk mendeskripsikan kualitas jurnalisme berita video di platform Tiktok.

### **TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan kualitas jurnalisme berita video pada media baru yang diaktualisasi dalam pemberitaan pada akun berita di platform Tiktok.

### **KERANGKA TEORI TEORI MEDIA BARU**

Media yang berbasis teknologi atau media terdigitalisasi dapat dikatakan sebagai media baru atau New Media. Teknologi New Media memiliki ciri-ciri fleksibel, interaktif dan berfungsi baik secara privat dan public. Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011:43), menyatakan bahwa Karakteristik utama dari media baru adalah adanya interaksi,

terhubung pada masyarakat secara individu sebagai pengirim pesan maupun penerimanya, beragam fungsi sebagai ciri-ciri yang terbuka, dan tidak bergantung pada lokasi. Saat ini terdapat media-media baru yang menjadi sorotan seiring berkembangnya teknologi. Banyak terobosan aplikasi yang memiliki faedah bagi pengguna internet setiap harinya. Kelebihan media baru adalah lebih interaktif sehingga konsumen menjadi nyaman dalam menggunakannya. Terlebih lagi, informasi universal lebih mudah didapatkan bahkan hampir tidak ada batasan. Setiap orang juga dapat berkespresi dengan bebas dalam sebuah blog, websites atau laman, video dan lain-lain. Peristiwa ini membuat para peneliti menemukan teori media baru yang berbeda dengan media konvensional yaitu bagaimana media baru dapat membentuk karakter masyarakat dan membuat dampak yang berbeda bagi penggunaannya. Media baru menyediakan fasilitas untuk berinteraksi antar sesama manusia secara daring tanpa tatap muka. Selain itu, interaktifitas tersebut menciptakan komunikasi secara digital dan menerapkan teknologi terkini.

### **JURNALISME DAN KUALITAS JURNALISME**

Secara awam, jurnalisme adalah penyampaian berita kepada khalayak umum Adam (2006:346) menjelaskan bahwa:

*“Journalism is an invention or a form of expression used to report and comment in the public media on the events and ideas of the here and now.”*

Jurnalisme merupakan suatu ungkapan ekspresi untuk menyampaikan dan memberi komentar atau tanggapan dalam media umum pada peristiwa-

peristiwa dan gagasan-gagasan yang terjadi di sini dan sekarang.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan terdapat elemen-elemen penting sebagai berikut:

- a. Sebuah bentuk ekspresi yang merupakan sebuah temuan dan Laporan gagasan-gagasan dan peristiwa-peristiwa.
- b. Komentar dari gagasan dan peristiwa
- c. Sirkulasi publik dari gagasan dan peristiwa, serta di sini dan sekarang

Kualitas jurnalistik pada sebuah berita dapat dilihat dari teknik penulisan berita dan struktur berita. Khoirul (2021:36-37) menjelaskan bahwa yang harus diperhatikan dalam menulis berita adalah unsur-unsur 5W 1H dan struktur berita berupa piramida terbalik. 5W 1H antara lain adalah *What atau apa yang terjadi; Who atau siapa yang terkait dengan peristiwa; When* atau kapan peristiwa terjadi; *where* atau dimana peristiwa terjadi; *Why* atau mengapa peristiwa terjadi; dan *How* atau bagaimana peristiwa terjadi. Menurut Musman dan Mulyadi. (2017:186), piramida terbalik merupakan struktur penulisan berita yang menyajikan informasi penting di awal kemudian informasi pendukung setelahnya.

Selain itu, kualitas berita terlihat dari keselarasan judul dan isi berita yang disampaikan. Menentukan judul harus menarik dan mencerminkan isi berita. Namun, penulisan judul berita harus menghindari judul yang *clickbait*. Nurrahmi dkk (2021:197) menjelaskan bahwa judul berita *clickbait* memiliki tujuan utama menarik pembaca untuk membaca berita tersebut. Judul berita yang *clickbait* menjurus ke manipulasi atau pengebakan karena isi berita tidak relevan dengan judul yang ditulis secara berlebihan atau bisa disebut bombastis.

Penulisan berita harus memperhatikan penggunaan bahasa agar dapat dikategorikan sebagai berita

yang berkualitas. Tri Adi Sarwoko dalam Husen Mony (2020:3) menjelaskan bahwa dalam menyampaikan informasi, wartawan harus menggunakan bahasa yang komunikatif agar mudah diterima oleh pembaca. Bahasa jurnalistik menerapkan kaidah Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

## **SOSIAL MEDIA, TIKTOK DAN JURNALISME**

Media sosial adalah generasi teknologi internet yang membuat segalanya mulai dari mengumpulkan, mendistribusikan, dan mengonsumsi informasi menjadi lebih mudah. Saat ini mudah menyampaikan dan menerima informasi melalui gambar dan video peristiwa yang terjadi di berbagai platform media online seperti Youtube, Facebook, Twitter, Tiktok, dll.

Ini juga berimplikasi pada jurnalisme, yang menggunakan layanan media sosial sebagai bagian dari banyak pekerjaan harian jurnalis, yaitu menggunakannya untuk mengumpulkan, menyaring, dan menyebarkan berita. Dikutip dalam Jurnalisme Sosial: *Social Journalism: Exploring How Social Media is Shaping Journalism*, kapabilitas dan budaya media sosial memengaruhi cara ruang redaksi melaporkan berita, mendorong diskusi tentang prinsip-prinsip utama ketidakberpihakan, verifikasi, dan perilaku profesional. Akibatnya, jurnalis harus menghadapi perubahan rutinitas kerja, budaya kerja, dan hubungan dengan khalayak (Hermida, Alfred dalam dalam Siapera, Eugenia dan Veglis, Andreas : 2012).

Dewasa ini jurnalisme dimudahkan dengan media online melalui jejaring sosial yang sangat populer di semua lapisan masyarakat, salah satunya adalah TikTok. Švecová dan Predmerská (2020) menjelaskan

bahwa jejaring sosial TikTok menjadi magnet bagi generasi muda remaja dan langsung menjadi tren. TikTok menyajikan video singkat dan menarik dengan latar musik yang membuat konten viral dan tidak kalah saing dengan Instagram. TikTok menjadi salah satu wadah bagi influencer sebagai mata pencaharian mereka. Segera setelah itu, banyak media mulai memanfaatkan platform ini. Dalam studi ini, penulis akan membahas konten yang disampaikan oleh media terpilih di jejaring sosial TikTok dan bagaimana media mengadaptasi kontennya sesuai konteks karya jurnalistik. Mereka mencoba menyampaikan tujuan komunikasi di jejaring sosial TikTok dan juga menciptakan tren dasar serta prosedur pembuatan konten jurnalistik di jejaring sosial TikTok.

Dengan cepat TikTok memiliki peminat yang sangat *massive*. Dari kalangan masyarakat biasa, influencer, artis, lembaga, bahkan media massa tidak melewatkan kesempatan bersosialisasi secara *online* melalui TikTok. Hampir seluruh media berita telah memiliki akun TikTok untuk mengunggah video pemberitaan dengan gaya khas masing-masing. Mereka menyajikan berita-berita seperti *straight news*, hingga video berita ringan secara singkat. Video pemberitaan yang diunggah oleh akun-akun media ini selain memiliki ciri khas masing-masing dalam unggahannya, mereka juga memanfaatkan *informative caption* dan juga fitur tagar yang dapat mengerucutkan kategori berita ke berbagai segmentasi yang dituju.

## KODE ETIK JURNALISTIK

Ward (2009: 295-309) menerangkan bahwa moralitas berkaitan dengan tugas yang mengharuskan kita menyerahkan kepemilikan pribadi atau

menderita dalam melaksanakan tugas kita. Beberapa etika yaitu etika personal dan etika profesi. Moralitas pribadi merupakan norma kehidupan sehari-hari yang dipelajari di keluarga, sekolah, pemerintahan, tempat ibadah dan teman sebaya yang harus ditaati agar tercipta kerukunan antar manusia dalam bermasyarakat. Etika profesi merupakan dasar yang harus ditaati oleh anggota profesi. Bagi jurnalis, kode etik ini akan membantu mereka dalam mengumpulkan berita. Etika profesi jurnalistik menunjukkan tujuan sosial jurnalistik, etika personal dan beberapa undang-undang media saat ini.

Menurut Kizza (2003), keberadaan kode etik ini dapat dimanfaatkan sebagai prinsip, arahan, edukasi, inspirasi atau publikasi. Rolnicki, Tate dan Taylor (2015) menjelaskan bahwa kode etik jurnalistik diperlukan karena jurnalisisme menawarkan banyak manfaat dan berperan penting dalam masyarakat demokratis, antara lain: (1) jurnalisisme menyediakan informasi fakta kepada publik (2) jurnalisisme menjamin kebebasan arus informasi bagi lahirnya dan kelangsungan demokrasi; (3) pers memberikan ruang bagi keragaman perspektif; (4) Jurnalisisme mendukung perubahan kepentingan publik; (5) Jurnalisisme adalah tentang menggali kebenaran dan yang tidak dapat disangkal.

Kode etik jurnalistik, memberikan manfaat bagi profesi jurnalistik sebagai berikut: (1) kode etik membantu menciptakan pemahaman profesionalisme bagi anggota organisasi berita atau asosiasi pers, dan bagi jurnalis pada umumnya; Kredibilitas tercipta di mata khalayak, dan masyarakat akan memiliki kepercayaan pada apa yang tertulis, dilihat dan didengar; (3) Kode etik mengukur dengan sama saat mengatasi

masalah dalam *newsgathering* (Rolnicki, Tate, & Taylor, 2015).

## **METODE PENELITIAN**

### **TIPE PENELITIAN**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi etnografis. Metode ini merupakan gabungan antara metode analisis isi dalam pendekatan kuantitatif dengan metode analisis etnografis dalam pendekatan kualitatif.

### **SUBJEK PENELITIAN**

Subjek kajian adalah video berita *hardnews* pada media online yang diunggah di aplikasi Tiktok dari 3 (tiga) akun media berita pada Tiktok yaitu Kompas.com, Liputan6.com, dan Patroli\_indosiar. Ketiga akun tersebut adalah milik perusahaan media profesional tetapi peneliti ingin mengetahui apakah video berita tersebut juga profesional dan memenuhi kode etik jurnalistik. Peneliti memilih ketiga akun tersebut berdasarkan pengamatan selama kurang lebih dua minggu pada FYP Tiktok atau konten-konten yang muncul pada beranda Tiktok. Ketiga akun tersebut sering muncul pada FYP Tiktok yang artinya jumlah *views*nya tinggi. Sehingga penulis ingin melakukan observasi pada konten-konten akun tersebut dan megulas beberapa konten berita yang tidak memenuhi kualitas jurnalisme sehingga penulis tertarik untuk mengkaji berdasarkan teknik penulisan berita dan penerapan kode etik jurnalisme.

### **SUMBER DATA**

Data primer akan didapat dari beberapa pemberitaan yang dilakukan media online di platform Tiktok. Serta data sekunder akan diperoleh dari

artikel, buku, jurnal, dan internet yang terkait dengan tema pada penelitian ini.

### **TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengambil dokumentasi pemberitaan serta studi kepustakaan. Dokumentasi pemberitaan merupakan sampel 30 berita video dari 3 akun berita di Tiktok yang berbeda.

### **TEKNIK ANALISIS DATA**

Unit analisis berbentuk berita akan dianalisis dengan menerapkan prosedur etnografi yang dimodelkan oleh Spradley (1980) yang diterapkan pada realitas tekstual yang dihadapi. Proses analisis isi etnografi meliputi: (1) analisis lapangan, (2) analisis taksonomi, (3) analisis komponen (component analysis), (4) analisis tema (thematic analysis). Analisis domain dilakukan untuk menemukan simbol budaya dalam kategori (domain) yang lebih besar berdasarkan kesamaan tertentu. Analisis taksonomi dilakukan untuk mencari struktur internal domain serta untuk mengidentifikasi pengaturan yang bertentangan. Lakukan analisis komponen untuk menemukan properti dari berbagai perbedaan antar simbol dalam domain berlabel.

### **GOODNESS CRITERIA**

Validitas data merupakan konsep signifikan yang berkembang dari konsep validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menganalisis kualitas data dengan mempertimbangkan konsep-konsep yg dapat dinilai benar atau salah melalui suatu fenomena yg diamati. Disusun dengan pola-pola hubungan antarkategori data serta bersifat kontekstual. Analisis ini berfokus pada kualitas jurnalisme yang menerapkan teknik penulisan berupa struktur berita dan unsur-unsurnya serta penerapan kode etik pada berita tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi etnografis. Metode ini merupakan gabungan antara metode analisis isi dalam pendekatan kuantitatif dengan metode analisis etnografis dalam pendekatan kualitatif. Analisis ini dilakukan dengan melakukan pengambilan sampel sebanyak 30 berita video *hardnews* di Tiktok dari 3 (tiga) akun yaitu Kompas.com, Liputan6.com, dan Patroli\_indosiar yang diambil dari rentang waktu pemuatan bulan Februari sampai bulan Mei 2023. Pada bab ini penulis akan menjelaskan bagaimana kualitas jurnalisme pada video berita yang dimuat dalam media sosial Tiktok memenuhi kriteria jurnalisme professional. Adapun beberapa indikator yang dianalisis pada penelitian ini yaitu teknik penulisan berita, penulisan judul berita (headline), penulisan teras berita (*lead*), penggunaan kaidah penulisan EYD yang baik dan benar, penulisan tubuh berita (*body text*), dan penulisan berita sesuai kode etik jurnalistik. Penelitian ini mengambil masing-masing 10 sampel dari 3 (tiga) akun Tiktok yaitu @kompascom, @liputan6com, dan @patroli\_indosiar, dimana akun tersebut merupakan akun yang dibuat dari pengembangan media berita professional. Beberapa media berita saat ini telah merambah pemakaian media sosial Tiktok sebagai sarana penyebaran informasi.

Jenis-jenis berita dari sampel tersebut semua video merupakan *hardnews* atau berita langsung karena ditulis atau disajikan secara singkat dan lugas yang berisi tentang laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Jenis berita ini lebih menekankan aktualitas atau sesuatu yang baru terjadi yang dianggap penting bagi masyarakat. Peneliti tidak menemukan video berita dengan jenis *softnews* atau berita feature ataupun *indepthnews*. Ketigapuluh sampel berita membahas peristiwa-peristiwa aktual yang terjadi pada bulan

Februari sampai Mei 2023. Peneliti juga menganalisis isu berita pada video-video berita tersebut dan hasilnya adalah didominasi oleh isu kriminalitas dengan angka sebesar 60 % sedangkan sisanya adalah isu-isu lain seperti lingkungan, sosial, lalu lintas dll.

## BERITA MENGGUNAKAN POLA PIRAMIDA TERBALIK

Sebuah berita harus menyampaikan informasi secara runtut dengan teknik yang tepat. Dalam penelitian ini, berita langsung atau *hardnews* merupakan berita yang berisi kejadian-kejadian langsung yang harus cepat diketahui masyarakat. Penulisan yang tepat untuk *hardnews* adalah penulisan dengan teknik piramida terbalik.

Piramida terbalik merupakan teknik penulisan informasi dari hal paling penting ke hal kurang penting. Teknik ini bertujuan agar pembaca cepat mengetahui inti dari berita yang disampaikan. Teknik ini seperti disebut piramida terbalik karena dengan posisi terbalik yang dibagi menjadi tiga bagian. Pada bagian awal yakni teras berita atau *lead* dituliskan informasi yang paling penting. Informasi berisi 5W+1H tentang apa, siapa, kapan, di mana, mengapa dan bagaimana.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa berita video di Tiktok menggunakan pola piramida terbalik. Berita dituliskan dari informasi terpenting hingga kurang penting. Namun, meskipun telah dituliskan dengan pola piramida terbalik, penelitian ini menemukan terdapat banyak ketidaksesuaian kualitas jurnalisme pada penulisan yang diolah.

## PENULISAN JUDUL BERITA *CLICKBAIT*

Penulisan judul penting dalam sebuah pembuatan berita karena pembaca akan memahami isi pesan apa yang akan disampaikan. Judul berita berisikan ringkasan fakta yang penting dari sebuah berita. Dalam Tiktok, judul dapat dituliskan pada fitur *cover* yang nantinya

akan muncul pada tampilan awal video ketika penonton membuka akun tersebut, dan bisa memilih mana judul yang menarik yang ingin dilihat. Judul juga bisa di tulis pada fitur teks video yang dapat diatur durasinya, peletakan dan kreasi bentuk atau warnanya. Seiring berkembangnya berita dalam media online, banyak penulisan judul yang tidak sesuai dengan kualitas jurnalisme, atau disebut dengan *clickbait*.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar berita video di Tiktok menuliskan judul secara *clickbait* agar meraih *views* yang tinggi. Judul dituliskan secara sensasional, bombastis dan manipulatif yang tidak sesuai dengan isi berita yang disampaikan. Judul berita cenderung berlebihan dan menggoda. Banyak diantaranya yang mencampurkan kalimat opini yang sensasional untuk menggugah rasa penasaran penonton. Selain itu sebagian besar judul cenderung manipulatif karena ada ketidaksesuaian dengan isi berita. Terdapat hal yang dilebih-lebihkan di judul berita, tetapi tidak dibahas pada penulisan naskah berita. Dalam catatan kualitas jurnalisme, judul berita hendaknya disampaikan secara singkat, padat dan jelas, sesuai dengan isi berita tanpa mencampurkan opini agar tidak menimbulkan informasi yang salah kepada khalayak luas. Pada poin indikator ini, dapat disimpulkan bahwa berita video di Tiktok didominasi oleh judul berita yang *clickbait*.

#### **TATA BAHASA PENULISAN BERITA TIDAK SESUAI DENGAN KAJIDAH EYD**

Dalam menulis berita yang baik sangat penting untuk memperhatikan kaidah EYD atau Ejaan Yang Disempurnakan Bahasa Indonesia. Berita

yang baik juga harus ditulis dengan bahasa yang formal, tidak mengandung serapan bahasa asing atau slang, penggunaan huruf yang tepat dll. Hasil penelitian menunjukkan penulisan dan penggunaan bahasa dalam berita tidak sesuai dengan kaidah EYD. Terdapat temuan kalimat judul yang tidak sesuai dengan penggunaan kaidah EYD yang tepat. Bagian judul dituliskan dengan campuran angka untuk mengganti huruf vokal seperti “P3ledak”, “L3dakN” dan “T3rluk4”. Penggunaan angka tersebut membuat judul menjadi tidak jelas dan tidak sesuai dengan kaidah EYD. Kemudian terdapat kalimat-kalimat tidak baku yang membuat berita terkesan santai dengan bahasa sehari-hari seperti “Kok bisa ya “, “nah untung aja”, “bener aja “, dll. Hal ini tidak sesuai dengan catatan kualitas jurnalisme profesional yang seharusnya.

#### **PENULISAN TERAS BERITA TIDAK MEMENUHI 5W+1H**

Teras berita adalah bagian awal yang berisi tentang pokok-pokok berita. Pada bagian ini dituliskan salah satu atau lebih struktur 5W+1H (*what, who, why, when, where, how*). Penulisan berita baik sebaiknya memenuhi 5W+1H. Pada 30 sampel video berita TikTok yang dianalisis tidak semua indikator tersebut dipenuhi.

Penulisan teras berita yang baik harus memenuhi seluruh 6 (enam) indikator tersebut. Namun dalam penelitian ini menemukan bahwa berita video di Tiktok didominasi oleh berita yang tidak memiliki teras berita secara lengkap sesuai dengan kualitas jurnalisme profesional. Indikator yang banyak tidak dipenuhi adalah pada bagian *when, why dan how*. Berita tidak menjelaskan keterangan waktu secara detail. Selain itu sebagian besar berita tidak menjelaskan bagaimana dan penyebab kejadian secara detail. Sesuai dengan catatan kualitas jurnalisme, teras

berita hendaknya dapat disampaikan secara utuh agar khalayak mengetahui informasi terpenting secara detail.

### **PENULISAN TUBUH BERITA TIDAK LENGKAP**

Penulisan tubuh berita adalah bagian yang berisi tentang informasi untuk melengkapi fakta-fakta di teras berita. Informasi disampaikan secara lebih luas dan detail mengenai informasi informasi pendukung lainnya. Isi dari tubuh berita adanya pernyataan langsung, konteks, informasi dari hal penting ke hal kurang penting, latar belakang informasi, dan sudut penceritaan. Pernyataan langsung yakni adanya pernyataan baik berbentuk kutipan atau wawancara langsung sebagai keterangan yang sesuai dengan fakta. Konteks adalah informasi apa yang ingin disampaikan. Informasi dari hal penting ke hal kurang penting adalah informasi disampaikan dari fakta yang penting ke kurang penting. Latar belakang informasi adalah sumber informasi seperti siapa yang diwawancara, data yang diambil dan lainnya. Sudut penceritaan adalah arah kemana dan bagaimana informasi akan disampaikan.

Penulisan tubuh berita yang baik hendaknya harus lengkap memenuhi 5 poin, namun penelitian ini menemukan bahwa penulisan tubuh berita video di Tiktok didominasi oleh penulisan yang tidak lengkap. Sebagian besar tidak memberikan pernyataan langsung sebagai verifikasi terhadap informasi yang disampaikan. Selain itu tidak ada latar belakang yang menjelaskan mengenai

informasi yang di dapat, baik sumber data dari seorang informan ataupun sumber data dokumentasi lainnya yang digunakan dalam penulisan tubuh berita.

### **PENULISAN BERITA TIDAK SESUAI KODE ETIK JURNALISTIK (KEJ)**

Media yang memiliki profesionalitas dalam bidang jurnalistik, penulisan beritanya harus memenuhi Kode Etik Jurnalistik (KEJ). KEJ berisi tentang prinsip-prinsip yang harus dilakukan sebagai jurnalis. Dalam penelitian ini, mengambil 7 (tujuh) prinsip KEJ yang harus dipenuhi dalam berita yaitu independen, akurat, berimbang, tidak beritikad buruk, profesional, informasi teruji, dan tidak mencampurkan fakta dan opini. Akurat yaitu berita menyajikan kebenaran yang bisa dipercaya sesuai fakta atau keadaan obyektif saat peristiwa terjadi. Berimbang yaitu memberikan kesempatan ruang dan waktu yang sama kepada semua pihak secara seimbang dan proporsional. Tidak beritikad buruk adalah tidak memiliki niat untuk merugikan pihak lain secara sengaja. Profesional adalah berita dikemas secara faktual dengan dilengkapi informasi sumber yang jelas, tidak plagiat maupun hanya hasil pengamatan dari media sosial tanpa sumber. Informasi teruji yaitu melakukan pengecekan tentang adanya informasi, seperti menghadirkan narasumber atau cek melalui sumber data Terakhir, tidak mencampurkan fakta dan opini adalah tidak mencantumkan opini pribadi dalam berita

Hasil analisis menunjukkan bahwa berita video di Tiktok tidak memenuhi Kode Etik Jurnalistik seperti yang seharusnya dilaksanakan oleh pelaku jurnalisme profesional. , Berita video di Tiktok diolah hanya berdasarkan pengamatan melalui dokumentasi-dokumentasi yang didapat dari media

sosial tanpa mengolahnya secara profesional. Informasi tidak teruji dan tidak akurat karena berita tidak memberikan sumber data sebagai verifikasi kebenaran berita dan profesionalisme dalam mengolah berita. Selain itu berita cenderung mencampurkan opini dalam naskah yang disampaikan. Dalam catatan kualitas jurnalisme seharusnya berita disampaikan apa adanya secara lugas, tidak mencampurkan opini dari pembuat berita. Maka dari itu dari analisis yang elah tidak dilakukan, berita video di Tiktok tidak sesuai dengan kualitas jurnalisme profesional karena tidak menaati Kode Etik Jurnalistik yang ada.

Pada dasarnya, platform Tiktok adalah media sosial dimana mengedepankan kebebasan dalam menyampaikan informasi dengan cepat yang tidak mengindahkan kaidah-kaidah tertentu dalam membagikan informasi. Oleh karena itu, media massa yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian berita pada akhirnya terpengaruh oleh kebebasan media sosial yang mengakibatkan kualitas jurnalisme pada berita tersebut tidak sesuai dengan teknik penulisan jurnalistik dan atau kode etik jurnalistik.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Setelah melakukan proses analisis terhadap 30 berita video di platform Tiktok, penelitian ini dapat mengetahui bagaimana kualitas jurnalisme pada berita di platform Tiktok. Sejalan dengan tujuan penelitian ini yaitu menjelaskan kualitas jurnalisme media baru yang diaktualisasi dalam pemberitaan pada akun berita di platform tiktok. Melalui penelitian ini, peneliti menemukan beberapa kesimpulan dan implikasi yang ditemukan selama melakukan penelitian tentang analisis isi etnografis berita video di Tiktok.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis menggunakan analisis isi etnografis, dapat disimpulkan bahwa kualitas jurnalisme berita video di platform Tiktok, yaitu platform Tiktok memberikan peluang besar pada akun-akun media berita profesional untuk menyebarkan informasinya melalui konten-konten video berdurasi singkat yang lebih ringkas dan lebih cepat penyebarannya. Selain itu karena memiliki fitur-fitur interaktif seperti kolom *like*, *comment*, *favorites*, *follow* dll, berita yang disajikan melalui platform ini cenderung lebih mudah untuk dengan dengan masyarakat. Namun dengan kelebihan-kelebihan tersebut, berita video di Tiktok menghasilkan kualitas jurnalisme yang rendah dalam teknik penulisannya. Selanjutnya, berita video memiliki kualitas yang tidak sejalan dengan jurnalisme profesional dimana teknik penulisan berita tidak sesuai dengan cara-cara penulisan yang baik dan benar. Penulisan berita didominasi oleh informasi-informasi yang kurang lengkap tanpa memperhatikan struktur teras dan tubuh berita dengan tata bahasa dan penulisan yang tidak sesuai dengan kaidah EYD serta menggunakan judul yang *clickbait*. Dalam catatan Kode Etik Jurnalisme, berita video di platform media sosial Tiktok didominasi oleh penulisan berita yang tidak profesional.

Hasil penelitian ini memiliki tiga implikasi, yaitu implikasi akademis, implikasi praktis, dan implikasi sosial. Penelitian ini memiliki implikasi akademis karena dapat memberikan deskripsi tentang kualitas jurnalisme pada akun berita di platform Tiktok dan menjadi referensi dalam melakukan sebuah studi kajian media. Penelitian ini memiliki implikasi praktis karena dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi akun berita di platform Tiktok dan akun

berita di media sosial lainnya agar dapat menyampaikan berita yang baik dan berkualitas dengan memperhatikan teknik penulisan berita dan Kode Etik Jurnalistik. Penelitian ini memiliki implikasi secara sosial karena dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat bahwa berita video di platform Tiktok memiliki kualitas jurnalisme yang berbeda dari ketentuan penulisan secara profesional dan kesesuaian dengan Kode Etik Jurnalistik. Melalui pengetahuan tersebut diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi rujukan masyarakat dalam menentukan konten berita yang ditonton di Tiktok dan mampu menyaring informasi berita-berita yang tidak akurat dan tidak profesional.

Saran peneliti pada penelitian selanjutnya yaitu dapat dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam tentang kualitas jurnalisme dengan melihat lebih dalam bagaimana aktifitas-aktifitas jurnalisme di platform media sosial. Selain itu penelitian juga dapat membahas hal-hal yang lebih mendalam tentang perbedaan kualitas jurnalisme dalam akun berita di platform media sosial dengan kualitas jurnalisme media berita konvensional .

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Fandi, Haryanto. 2021. *Pengantar Jurnalistik*. Yogyakarta: Bildung.
- David L. Altheide. 1987. *Ethnographic Content Analysis*. Arizona: School Of Justice Studies: Arizona State University.
- Denzin & Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Dwina, Jilan SP. 2021. Fenomena Jurnalisme TikTok di Media Baru. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Eriyanto, 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: PT LKis.
- Ellitan, Lena. 2020. *Jurnal Maksimalpreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*. Surabaya: Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Flew, T. , (2002). *New Media : an Introduction*. Melbourne : Oxford University Press.
- Jonassen. D. H. (1991). *Objectivism versus Constructivism Do We Need a New Philosophical Paradigm?*. Educational Technology Research and Development. 39. (3), 5-14.
- Khatimah, Husnul. *Posisi dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Kizza, Joseph Migga. (2003). *Ethical and Social Issues in the Information Age* (2nd edition). New York: Springer-Verlag New York Inc.
- Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel. 2004. *Elemen-elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan yang Diharapkan Publik*. Jakarta: Institut Arus Studi Informasi dan Kedutaan Besar Amerika Serikat.
- Lincoln, Y. S., Lynham, S. A., & Guba, E. G. (2011). Contractions, and emerging confluences, revisited. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln Journal of (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research*. (4th ed., pp. 97–128). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- McQuial, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mony, Husen. 2020. *Bahasa Jurnalistik: Aplikasinya dalam Penulisan Karya Jurnalistik di Media Cetak, Televisi, dan Media Online*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Muslimin, Khoirul. 2021. *Jurnalistik Dasar. Juru Jitu Menulis Berita, Feature Biografi, Artikel Populer, dan Editorial*. Yogyakarta: UNISNU Press.
- Musman, Asti dan Mulyadi, Nadi. 2017. *Jurnalisme Dasar. Panduan Praktis Para Jurnalis*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Nurrahmi, Febri, dkk. 2021. *Book Series Jurnalisme Kontemporer: Etika Bisnis dalam Jurnalisme*. Aceh: Syiah Kuala University Press
- Rolnicki, T. E., Tate, C. D., & Taylor, S. A. 2015. *Pengantar Dasar Jurnalisme = Scholastic Journalism*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Romli, Asep Syamsul M. 2018. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Schwab, K. 2019. *Revolusi Industri Keempat*. Gramedia Pustaka Utama.
- Shaleha, Hanifat (2023) *Etika Jurnalistik Dalam Pemberitaan Jurnalisme Warga Di Media*

- Sosial Facebook Informasi Warga Jember*. Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Siapera, Eugenia dan Veglis, Andreas. 2012. *The Handbook of Global Online Journalism*. Minneapolis: John Wiley & Sons, Inc
- Steele, Bob. 2014. "Journalism Ethics Then and Now". In Kelly McBride and Tom Rosenstiel (Editors), *The New Ethics of Journalism*. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.: vii-ix.
- Sunarto, Hasfi N, dan Yusriana A. 2022. *Monograp Analisis Isi Etnografis: Gaya Jurnalisme Media Konvensional Dan Media Baru Di Era 4*. Semarang: EF Press Digimedia.
- Susilowati, S. 2018. *Pemanfaatan aplikasi Tiktok sebagai personal branding di instagram (studi deskriptif kualitatif pada akun@ bowo\_allpennliebe)*. Jurnal Komunikasi, 9(2), 176-185.
- Švecová, Magdaléna & Predmerská, Anna Kačincová. (2020). *Journal: Megatrendy a médiá. Slovakia: Univerzita sv. Cyrila*.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.
- Ward, Stephen J.A. 2009, *Applied Journalism Ethics" Journalism Ethics for the Global Citizen*. USA: School of Journalism & Mass Communication, University of Wisconsin-Madison.