

## TREND JURNALISME ONLINE PADA APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Jurnalisme Online Dalam Akun Tiktok @Sripoku.com)

Astri Agustin<sup>1</sup>, Amin Sihabudin<sup>2</sup>, Sumaina Duku<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

E-mail: [astriagustin021@gmail.com](mailto:astriagustin021@gmail.com)

### ARTICLE HISTORY

#### Received:

21 Februari 2023

#### Revised

21 Maret 2023

#### Accepted:

30 Maret 2023

#### Online Available:

30 Maret 2023

#### Kata Kunci :

TikTok, Media Baru,  
Jurnalisme Online

#### Keywords :

TikTok, New Media,  
Journalisme Online

#### \*Correspondence:

Name : Astri Agustin

E-mail:

[astriagustin@gmail.com](mailto:astriagustin@gmail.com)

### Abstrak

Perkembangan tren jurnalisme online yang hadir dalam aplikasi TikTok didasari pada perkembangan teknologi dan kecepatan internet mampu mengakibatkan media berkonvergensi mengikuti perkembangan *tren* yang muncul di masyarakat untuk tetap bertahan khususnya pada bidang *jurnalisme*. Sehingga jurnalisme online sudah bukan hal yang tabu dan diminati oleh masyarakat khususnya pengguna internet karena akses yang lebih mudah dilakukan, serta kecepatan waktu dalam mendapat informasi menjadi salah satu kelebihan dari *jurnalisme* online saat ini. Pada penelitian ini, sub judul *trend jurnalisme online pada aplikasi tiktok @Sripoku.com* yang membahas akan bagaimana tren jurnalisme online yang ada dalam aplikasi TikTok @Sripoku.com. penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana peneliti akan melakukan pengamatan dan mewawancarai narasumber, agar hasil dari pengamatan serta wawancara tersebut dapat dianalisa oleh peneliti untuk diketahui kebenarannya. Peneliti mengumpulkan data dengan mewawancarai narasumber serta membagikan pertanyaan untuk responden melalui link *google form*. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa dalam pandangan interaksi sosial aplikasi TikTok @Sripoku.com mampu dipandang menjadi media baru yang menciptakan ruang yang fleksibel, dinamis dan terbuka untuk penggunaannya, sedangkan berdasarkan integrasi sosial, aplikasi TikTok @Sripoku.com mampu merubah sedikit banyak kebiasaan dari penggunaannya.

### Abstract

*The growth of online journalism shown in the TikTok app can be traced back to advances in technology and the increasing speed of the internet, which in turn has caused the media to converge in order to keep up with the latest trends in society, particularly in the field of journalism. To the point where online journalism is no longer considered controversial and is widely respected by society at large and internet users in particular due to easier access and faster time to market for information. This study's subheading, "Online Journalism Trends on the TikTok App," discusses how the online journalism trends currently prevalent on the TikTok app have evolved through time. This study employs a qualitative approach wherein researchers conduct interviews and focus groups with participants to glean insight into the topic at hand. Researchers collect information via interviewing sources and disseminating questions to respondents via Google forms. Research findings suggest that the TikTok @Sripoku.com app can be viewed as a new kind of media that provides its users with a flexible, dynamic, and open space, while, on the basis of social integration, it can alter its users' habits in subtle ways.*

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan Internet sebagai media dengan penetrasi tinggi menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia kini lebih memilih untuk mengakses berbagai konten dan hiburan dengan memanfaatkan kecanggihan media digital. Dikutip dari databoks.katadata.co.id, mayoritas masyarakat di Indonesia menggunakan internet sekitar 6 jam dalam setiap harinya guna berselancar di dunia maya. Dengan rentang kelompok usia 16-25 tahun yang paling mendominasi, mereka bisa menghabiskan waktu kurang lebih 9,7 jam per hari.

Keberadaan internet sebagai media dengan tingkat penetrasi yang cukup tinggi menunjukkan masyarakat Indonesia semakin nyaman mengakses berbagai konten melalui media digital, bukan hanya media cetak (Fatul Qorib, 2020). Fungsi teknologi, terutama internet, menjadi penanda akan perkembangan yang terjadi melalui media sosial saat ini. Perubahan teknologi internet menjadi faktor pendorong. Sebagai fungsi dari media online saat ini dapat dengan mudah digunakan kapanpun dan dimanapun. Jangkauan Internet sebagai media global memungkinkan konektivitas dan interaksi tingkat tinggi. Hal ini dapat membuat Internet lebih efisien dalam proses distribusinya (F Junaedi, 2011).

Hadirnya internet membuat pesatnya pertumbuhan media online saat ini dan menuntut setiap portal berita untuk membuat konten yang menarik, beragam dan bermanfaat bagi semua kalangan. Industri media massa saat ini mengalami berbagai modifikasi seiring adanya adanya modernisasi. Jumlah media online kini sudah lebih banyak dari media konvensional. Terhitung dalam beberapa tahun terakhir, media massa mulai beradaptasi dengan adanya digitalisasi untuk mengikuti perkembangan zaman dan teknologi.

Perubahan cara kerja media yang dipengaruhi oleh digitalisasi tidak hanya terjadi pada level korporat, tetapi juga pada konten berita. Saat itu banyak media desak untuk dapat beralih secara *multiplatform* dengan menggabungkan antara foto, video dan tulisan menjadi satu. Dengan kemajuan teknologi saat ini, jurnalisme dapat merambah ke dunia digital, yang menyebabkan fenomena jurnalisme online. Tren *jurnalisme* online sendiri memungkinkan jurnalis menyesuaikan diri dengan kondisi pembaca di dunia maya yang menekankan bahwa informasi harus cepat dan jelas. Tetapi disisi lain juga menuntut untuk memiliki kemampuan mumpuni yang lebih dibandingkan dengan jurnalis konvensional, dimana dalam pembuatan kontennya baik tulisan maupun visual harus ditekankan pada kredibilitas, aktualitas, kreatif, inovatif dan terpercaya (Lintang Muliawati, 2018).

*Jurnalisme* online sendiri dikenal sebagai *online journalism* atau *cyber journalism* dengan istilah lain generasi baru sesudah jurnalisme konvensional. *Jurnalisme* online bias diartikan juga sebagai penyampaian informasi dengan memanfaatkan jejaring internet, utamanya melalui website. Dengan melojaknya pertumbuhan media online sebagai media kontemporer saat ini mengakibatkan beragamnya konten yang ada pada pemberitaan media. Bila dulu produksi informasi yang dipasarkan hanya secara konvensional, saat ini sudah beralih dengan media baru

sebagai sarana distribusi. Informasi ini lah yang kini menjadi faktor bergesernya *jurnalisme* konvensional menjadi *jurnalisme* online.

Sebagai seorang jurnalis yang hadir ditenggan *era* moderen kini, diharapkan bisa memanfaatkan tren dan mampu melahirkan kreatifitas serta inovasi dalam bidang eksistensi media berbasis online. Saat ini TikTok hadir sebagai media untuk menerapkan kampanye berita online. Dimana trend perkembangan pada aplikasi ini dapat memberikan proses pengiriman informasi yang cepat dan mudah. Selain itu, TikTok juga menawarkan kebebasan berekspresi dan berkeaktivitas sesuai keinginan dan keinginan masing-masing individu. Kontennya juga sangat beragam, mulai dari menari, joget, keluhan harian, film, berita, tips dan trik, karaoke dan hiburan lainnya. Ada banyak pembuat konten dari berbagai latar belakang unik yang memberikan beragam hiburan untuk semua kalangan.

Mengingat kemudahan akses dan kecepatan waktu dalam proses penyampaian informasi merupakan salah satu keunggulan berita online saat ini. Banyak media yang sudah merambah dengan memanfaatkan aplikasi TikTok dan salah satu media yang sudah merambah dengan memanfaatkan aplikasi TikTok kini ialah Sriwijaya Post dengan akun @Sripoku.com, mengingat @Sripoku.com sendiri sudah aktif di media sosial seperti YouTube, Twitter, Instagram dan yang terbaru TikTok, jadi tidak heran bila Sripoku.com juga ikut meramaikan aplikasi yang sedang marak dan *trending* saat ini. Munculnya tren *jurnalisme* online (pemberitaan) dalam aplikasi TikTok, didasari pada budaya populer masyarakat itu sendiri bisa dilihat dari empat aspek yaitu budaya berdasarkan kenikmatan semu, budaya juga dapat menghilangkan kebosanan masyarakat bekerja seharian, sehingga dapat dijadikan sebagai hiburan, budaya juga bias menjadi masalah dalam perspektif ekonomi, adapun budaya populer yang dapat menghancurkan budaya tradisional (Togi Prima Hasiholan dkk, 2020).

Walaupun TikTok masih terbilang baru dalam bidang *jurnalisme*, tapi TikTok dirasa mampu menjadi bantu loncatan media agar terlihat lebih menarik dan dapat mengikuti era perkembangan jaman. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang TikTok sebagai bahan penelitian berita dan *entertainment*, dalam hal ini membahas” Tren *Jurnalisme* Online Pada Aplikasi TikTok (Studi Kasus *Jurnalisme* Online Dalam Akun Tiktok @Sripoku.com)”, dengan menggunakan teori *New Media* dari Flew, Power, dan Littlejohn yang dikutip dari Fajar Junaedi sebagai analisis penelitian.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana peneliti akan melakukan pengamatan dan mewawancara narasumber, agar hasil dari pengamatan dan wawancara dapat dianalisa oleh peneliti untuk diketahui kebenarannya. Peneliti mengumpulkan data dengan mewawancara narasumber serta membagikan pertanyaan untuk responden melalui link *google form*.

Fokus penelitian ini meneliti tentang tren *jurnalisme* online yang ada pada aplikasi TikTok, dalam hal ini memfokuskan pada akun TikTok @Sripoku.com.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yakni pemilihan informan berdasarkan karakteristik tertentu dalam suatu populasi yang memiliki hubungan dominan sehingga bisa digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah pengikut aktif TikTok @Sripoku.com dan staf video Sripoku.com, pemilihan responden dipilih secara random dengan memanfaatkan link *google form*. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 10 orang sebagai sampel pengikut aktif TikTok @Sripoku.com dan 2 orang staf video Sripoku.com. Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dari proses wawancara, dokumentasi dan observasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan tiga model dari Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data dan, kesimpulan data. Pada penelitian ini menggunakan teori *new media* sebagai metode penelitian, dimana mana aplikasi tiktok adalah salah satu media baru yang menjadi sarana penyebaran informasi dengan jangkauan serta atensi yang luas.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Trend Jurnalisme Online Dalam Akun TikTok @Sripoku.com

Pesatnya perkembangan teknologi membuat banyaknya aplikasi yang bisa memudahkan komunikasi dengan memanfaatkan teknologi berbasis internet, salah satunya dalam bidang jurnalistik yang dalam hal ini memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai wadah penyebaran informasi. Hal tersebut selaras dengan teori *new media* yang menjabarkan tentang 2 pandangan mengenai suatu media dapat dikatakan sebagai media baru, 2 pandangan tersebut ialah pandangan interaksi sosial dan integrasi sosial.

#### a. Pandangan Interaksi Sosial

Interaksi sosial pada dasarnya merupakan suatu hubungan antara dua orang atau lebih yang mana aksi dari hubungan tersebut dapat mempengaruhi atau mengubah suatu individu atau kelompok. Sejalan dengan interaksi sosial, saat ini banyak sekali media sosial yang menawarkan berbagai fitur agar dapat berkomunikasi secara *universal* dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan internet, seperti media yang baru-baru ini ramai digunakan yaitu TikTok.

Seperti yang kita ketahui, @Sripoku.com sendiri merupakan salah satu portal media sosial yang turut berpartisipasi dengan memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai penerapan interaksi sosial dalam akunya, yang mana adanya ruang terbuka, *flaksibel* dan dinamis agar lebih memudahkan pengikutnya dalam memilih berbagai konten yang ada.

*“Konten yang posting itu mengikuti pemberitaan yang lagi viral dan hanggat di masyarakat aja sih, soanya pasti bakal cepet tranding dan rame atau FYP.*

Maulidina Amartani selaku staf vidio dan juga TikTok @Sripoku.com mengungkapkan bahwa penyesuaian konten dilakukan agar selalu update dan mampu memberikan kebaruan berita yang sedang terjadi. Selain itu, pemilihan berita yang dilakukan tim TikTok @Sripoku.com menjadi perhatian lebih, agar para pengikutnya bisa lebih *update* akan berita terbaru dan mampu berintraksi dengan

para pengikut lain terkait pemberitaan yang sedang hangat diperbincangkan di media sosial utamanya TikTok @Sripoku.com.

Sejalan dengan Maulidina Fhelinda menambahkan bahwa ada hal lain yang patut diperhatikan selain penyesuaian konten agar selalu *update* yakni, adanya segmentasi pada akun TikTok @Sripoku.com guna memberi warna baru dan mampu menaarik perhatian para pengunjung dan *viwers*,

*“Segmentasi TikTok @Sripoku.com menggunakan tamlate video agar lebih menarik dan seaagam, fungsinya agar konten yang ditampilkan enak untuk dilihat oleh para viwers, adapun judul yang menarik guna memikat para views untuk melihat postingan konten yang ditampilkan”*

Selain hasil dari wawancara dengan team TikTok @Sripoku.com, bukti implementasi interaksi sosialnya diterapkan dengan memberikan kebebasan ruang publik dengan bebas berpendapat dan beropini, berkomentar, memberikan *like* postingan, serta membagikan ulang postingan vidio. Hal ini dapat dilihat dari hasil responden yang merupakan pengikut aktif TikTok @Sripoku.com dimana mereka merupakan subjek dari hasil penelitian. Yang mana 4 dari 10 orang responden menyatakan bahwa perah berintraksi dengan membagikan ulang konten yang di bagikan akun TikTok @Sripoku.com. *“Pernah, karena beritanya sangat baik untuk dibagikan”* ujar responden ke 3.

Adapula responden 7 yang beranggapan bahwa dengan mengikuti akun TikTok @Sripoku.com dapat lebih mudah dan lebih cepat mendapatkan informasi dikarenakan berita yang disajikan lebih *update*, *fres* dan hangat. *“Banyak update berita terbaru tentang keadaan terkini baik dari segi kekerasan, kejahatan sosial, gejala-gejala alam dan lainnya”* jawabnya.

Dengan kecepatan dan kebaruan itu juga yang membuat responden 1 berpartisipasi untuk membagikan ulang serta ikut berkomentar dalam postingan yang telah @Sripoku.com bagikan. *“Beberapa kali memberikan komentar di beberapa postingan, untuk lebih jelasnya lupa di postingan yang mana”*

Dari respon yang telah diberikan oleh responden diatas dapat membuktikan bahwa TikTok @Sripoku.com dapat dikatakan sebagai media baru karena dapat berintraksi sosial dikarenakan adanya ruang terbuka, dinamis, dan fleksibel yang diberikan untuk pengikutnya.

#### **b. Pandangan Integrasi Sosial**

Pandangan integrasi sosial memiliki arti bahwa suatu media dapat menciptakan suatu masyarakat, namun bukan dalam bentuk yang pada umumnya seperti informasi, interaksi atau penyebarannya melainkan dalam bentuk ritual atau kebiasaan yang tercipta oleh penggunanya sendiri.

Dengan perubahan cara pandang dan konsumsi itu sendiri berdampak pada sosial media yang semakin meningkat. Dimana dalam aplikasi TikTok semakain sering kita membagikan postingan maka akan semakain besar kemungkinan untuk viral. Hal tersebut dapat terjadi lantaran adanya fitur *FYP (for your page)* yang memberikan rekomendasi konten yang sering muncul dan sering di tonton oleh

penggunanya. Hal ini pula yang dimanfaatkan oleh akun @Sripoku.com, yang mana memanfaatkan fitur *for your page* guna meningkatkan jumlah *views* dan *followers*. Maulidina Amartani, selaku staf video dan TikTok @Sripoku.com menyatakan bahwa adanya *hasatag*, *caption* dan judul yang menarik mampu menarik perhatian *followers* dan mampu meningkatkan jumlah pengunjung sehingga mampu membuat konten atau berita dan di *upload* masuk ke dalam jajaran FYP di TikTok.

*“Adanya hasatag, caption dan judul yang menarik juga jadi point penting untuk bias masuk ke FYP”.*

Akun @Sripoku.com juga menyertakan *link* pada setiap postingannya guna memudahkan para pengikutnya atau *viewers* dari akun TikTok @Sripoku.com jika ingin melihat ataupun membaca berita yang nantinya akan terhubung ke website atau portal dengan meng-klik *link* sudah disediakan. *“Setiap upload di TikTok juga tersematkan link berita untuk ke website untuk langsung bias akses ke portal berita online”* ungkap Maulidina.

Dengan adanya TikTok juga mampu membuat perubahan dan sensasi yang baru, bukan hanya untuk pengguna (*viewers*) tetapi juga bagi kreatornya. Hal ini diungkapkan oleh Maulidina selaku staf video dan TikTok @Sripoku.com, yang mana adanya TikTok @Sripoku.com dapat memberikan dampak yang bagus dan baik. Hal itu dikarenakan adanya TikTok @Sripoku.com dapat memberikan kenaikan jumlah pengunjung dan *viewers* pada berbagai media sosial lainnya seperti YouTube dan website.

*“Impact yang dihasilkan dari adanya aplikasi TikTok sendiri tentu saja sangat berpengaruh akan kenaikan jumlah viewers”.*

Perubahan akan kecepatan dan kebaruan informasi juga dirasakan oleh responden 4 yang merupakan subjek dari penelitian ini. Perubahan yang dirasakan responden 4 akan hal baru yang berdampak dalam kehidupannya adalah banyaknya berita *update* yang ia dapatkan ketika tidak ada waktu luang untuk menonton televisi ataupun membaca portal online.

*“Lebih update tentang berita setiap harinya. Karena lebih sering membuka tiktok ketimbang tv”.*

Sependapat akan yang dikatakan responden responden 4, responden 8 mengatakan bahwa adanya konten yang ditampikan oleh TikTok @Sripoku.com mampu merubah cara konsumsi seseorang yang mulanya jarang melihat dan mengikuti *trend* pemberitaan kini mulai tahu dan *update* akan berita saat ini.

*“Saya dapat mengetahui perkembangan informasi terbaru dalam skala yg lebih luas dengan cara yg asik karena disitu saya bisa menonton dan tidak monoton hanya dengan membaca sebuah berita saja”.*

Dari hasil responden diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa akun TikTok @Sripoku.com dapat mempengaruhi para *followers*, yang mana awalnya acuh terhadap pemberitaan menjadi lebih tertarik semenjak adanya konten berita yang ada di akun TikTok @Sripoku.com.

## Penyebaran Pemberita Dan Entertainment Dalam Kegiatan Jurnalistik Pada Akun TikTok @Sripoku.com

Adanya kemajuan teknologi yang terus berubah mendorong jurnalisme untuk mengeksplorasi digitalisasi dan memunculkan fenomena *jurnalisme* online. *Jurnalisme* online sendiri disebut sebagai *cyber journalism*, yang merupakan generasi baru setelah *jurnalisme* konvensional

Adapun strategi penyebaran berita viral untuk meraih banyak *viewers* pada akun TikTok @Sripoku.com:

### a. Menggunakan Judul Yang Bombastis Dan Menarik

Judul merupakan bagian terpenting dalam sebuah berita karena merupakan ide atau gagasan dari sebuah berita. Pada dasarnya, seorang penulis harus mampu menciptakan sebuah judul yang menarik, menggunakan kalimat aktif, lugas, ringkas (tetapi terdiri dari subjek dan predikat), dan menggambarkan isi dari berita. Alasan mengapa judul harus dibuat menarik karena nanti akan membuat orang penasaran sehingga timbul keinginan untuk melihat postingan atau berita yang di *upload*. Selain itu, judul juga harus menggunakan kata-kata yang dapat menggugah bahkan bisa menimbulkan pertanyaan dipikiran para pembacanya.

### b. Adanya Caption Dan Hashtag Guna Mudah Dikenali

Menurut *Cambridge Dictionary*, *caption* adalah teks pendek di bawah gambar dalam buku, majalah, atau surat kabar yang menggambarkan gambar atau menjelaskan apa yang dilakukan atau dikatakan oleh orang dalam gambar tersebut. Sedangkan *hashtag* atau tagar bisa digunakan untuk menambah postingan berupa teks, foto, video, event, dan lainnya. Fitur hashtag ini kemudian merepresentasikan percakapan yang sedang dibahas sehingga orang lain dapat mengikuti percakapan tentang topik tertentu. *Update* postingan bisa diatur dan dikelompokkan dengan baik dengan menyertakan tagar atau tagar di postingan Anda.

Adapun peran lain dari hashtag, tagar dan caption yakni caption biasanya digunakan sebagai penekanan suatu konten, dari membaca, dengan *caption* biasanya langsung mengetahui apa yang ingin disampaikan dari konten yang di *upload*. Sedangkan fungsi lain dari *hashtag* atau tagar untuk menunjukkan identitas, strategi pemasaran dan juga dapat digunakan untuk menjadi *trending* topik di beberapa media sosial.



Sumber: TikTok @Sripoku.com  
Tampilan Postingan TikTok @Sripoku.com

Seperti postingan TikTok @Sripoku.com yang berdurasi 3 menit yang menjelaskan tentang penyematan pangkat Letnan Tituler TNI kepada *pesenter* Deddy Corbuzier, yang pada pada postingan tersesbut terdapat *caption* “Alasan Deddy Corbuzier diberi pangkat Letkol TNP” dan *hashtag* (#TikTokTaiment, #deddycorbuzierr, #prabowo).

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian diatas peneliti menyimpulkan bahwa dalam pandangan interaksi sosial pada aplikasi tiktok mampu menjadi media baru yang menciptakan ruang yang fleksibel, dinamis dan terbuka untuk penggunanya. Bahkan untuk akun @Sripoku.com sendiri juga memberi kebebasan pada pengikutnya untuk memberikan komentar, like, membagikan video, mengklik *link* untuk dialihkan ke website serta pengikutnya pun dapat memilih konten apa yang ingin dilihat karena adanya pemilihan berita dari tim akun tiktok @Sripoku.com sehingga pengikut akun ini bisa dengan bebas memilih konten berita yang ingin dilihat. Hal ini didukung oleh jawaban responden yang mana 6 dari 10 orang responden pernah like, komentar dan membagikan konten video yang ada di akun @Sripoku.com.

Mengenai pandangan dalam integrasi sosial, aplikasi TikTok @Sripoku.com ini sudah merubah sedikit banyak kebiasaan dari penggunanya, sedangkan dari kaca mata interaksi sosial, akun TikTok @Sripoku.com mampu menjadi media baru yang memberikan ruang untuk pengikutnya serta pengguna aplikasi untuk berinteraksi secara *universal*. Adapun strategi penyebaran berita viral untuk meraih banyak *viewers* pada akun TikTok @Sripoku.com mampu menciptakan sebuah judul yang menarik karena nanti akan membuat orang penasaran sehingga timbul keinginan untuk melihat postingan atau beirta yang di upload. Selain itu, Adanya *caption* dan *hashtag* berfungsi sebagai alat bantu untuk lebih memudahkan dalam pengelompokan konten dan pencarian berita, selain itu juga bisa sebagai alat branding dan promosi dalam media massa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Prima Rizqi Maharani. (2015). Relasi Facebook Dengan Budaya Pop Dalam Perspektif Cultural studies (telaah tentang fenomena fekkbooker di kalangan mahasiswa), *Jurnal Studi Islam dan Sosial*, Vol 13 No.1
- Hasiholan Togi Prima, dkk. (2020). “Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 5 No. 2
- Herlina Novi. (2017). “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar\_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat”, *Jurnal Risalah* Vol. 4, No. 2.
- Junaedi F, dkk. 2011. “Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi”. Yogyakarta: Aspikom

- Lintang Muliawati. (2018). “Jurnalisme Era Digitas; Digitalisasi Jurnalisme dan Profesionalitas Jurnalisme Online”. *Jurnal Komunikasi*. Vol II No.1
- Putri Ananda Nabila Eka. (2021). *Analisa Jurnalisme Online Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Trend Jurnalisme Online Dalam Akun Tiktok @Tribunnews)*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Qorib Fatul. (2020). “*Pola Konsumsi Media pada Generasi Milenial Kota Malang*”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 12, No. 1.
- Syamsul M. Romli, Asep. (2012). “*Jurnalistik Online*”. Bandung: Nuansa Cendekia
- Winarso Bambang. (2020). “*Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?*”. Reterived Januari 21, 2022, from <https://trikinet.com/post/apa-itu-tiktok/>