

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan informasi terjadi ketika seseorang merasa ada kekosongan informasi atau pengetahuan sebagai akibat desakan informasi yang makin berkembang atau sekedar ingin tahu. Kekurangan ini perlu dipenuhi dengan informasi baru sesuai dengan kebutuhannya. Pemenuhan informasi ini yang mendorong seseorang berinteraksi atau berkomunikasi dengan berbagai sumber informasi untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Kebutuhan informasi saat ini dengan dibantunya perkembangan teknologi yang sangat pesat bisa diperoleh dari berbagai platform media sosial seperti facebook, instagram, twitter serta tiktok.

Perkembangan teknologi saat ini membantu Radar Bandung dalam meningkatkan citra perusahaan, selain itu dapat memperluas jangkauan pengikut khususnya pada media sosial Radar Bandung sehingga Radar Bandung dapat lebih dikenal oleh khalayak luas, sekaligus meningkatkan *branding* Radar Bandung.

Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek (konten hiburan), edukasi, sebagai media penyebaran informasi/berita. Penyebaran informasi dengan memanfaatkan TikTok sebagai media sosial saat ini sangat populer di masyarakat, berdasarkan data dari ByteDance angka yang dipublikasikan menunjukkan bahwa TikTok memiliki 109,9 juta pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia pada

awal tahun 2023. Pada awal tahun 2023, 66,1% penonton TikTok di Indonesia adalah perempuan, sementara 33,9% adalah laki-laki. Sementara itu, jangkauan penggunaan TikTok di Indonesia setara dengan 51,6% berbasis pengguna internet lokal pada awal tahun, tanpa memandang usia. Berdasarkan data dari ByteDance peneliti memahami bahwa penduduk yang membutuhkan informasi rata-rata berusia 18 tahun ke atas (Kemp, Digital 2023: Indonesia, 2023).

**Tabel 1. 1**  
**Pengguna TikTok Radar Bandung**

NO	Jenis Kelamin	Presentase
1	Laki-laki	50%
2	Perempuan	50%

*Sumber : Radar Bandung*

**Tabel 1. 2**  
**Usia Pengikut TikTok Radar Bandung**

NO	Usia	Presentase
1	18-24	38%
2	25-34	45%
3	35-44	12%
4	45-54	3%
5	55+	2%

*Sumber : Radar Bandung*

Akun TikTok Radar Bandung adalah akun yang banyak dicari oleh pengguna media sosial tiktok, khususnya pengguna yang berasal dari kota Bandung untuk mencari informasi seputar Kota Bandung. Secara singkat

menunjukkan bahwa akun media sosial TikTok Radar Bandung merupakan salah satu akun yang banyak dicari dan diikuti pengguna media sosial tiktok sebagai media pemenuh kebutuhan informasi mengenai Kota Bandung. Media sosial TikTok yang dikelola oleh Radar Bandung hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai Kota Bandung dan menjadi salah satu akun yang paling aktif dalam menyebarkan informasi setiap harinya.

Akun TikTok Radar Bandung adalah akun TikTok berbasis konten informasi yang disertai gambar dan video mengenai informasi Nasional maupun seputar Kota Bandung. Dengan adanya akun tiktok ini, masyarakat mendapatkan banyak informasi penting yang di posting pada akun TikTok Radar Bandung. Akun TikTok Radar Bandung memiliki 9.3 juta pengikut dan 244 juta *like* dengan rata-rata konten yang dilihat mencapai ribuan sampai jutaan *viewer* (TikTok Radar Bandung).

Kantor Harian Pagi Radar Bandung melakukan digitalisasi untuk mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih pada saat ini, sekaligus untuk membranding sebuah perusahaan surat kabar agar semakin banyak dikenal oleh khalayak luas.

Kantor Harian Pagi Radar Bandung memanfaatkan TikTok untuk menyebarkan berita-berita seputar kota Bandung dan berita nasional. Konten berita yang dimuat adalah berita metropolitan, *life style*, olahraga, dan Kabupaten Kota Bandung. Menurut Budiman (2005) dalam membuat konten berita perlu memperhatikan tiga bagian penting yaitu *headline* berita, *dateline* berita, *lead* berita, *body* berita, *leg* berita. Pada pembuatan konten-konten yang dimuat akun

TikTok Radar Bandung telah memenuhi bagian penting dari sebuah pembuatan berita. (Budiman 2005, dalam Dewi Anggrayni, 2023:13).

Konten berita yang dimuat oleh akun TikTok Radar Bandung dapat dilihat oleh siapa saja dan dimana saja, selain itu dengan memanfaatkan media sosial TikTok konten berita informasi tersebut dapat di *share* kepada siapa saja, dengan demikian semakin banyak orang yang membagikan sebuah konten berita maka semakin banyak pula kebutuhan informasi setiap orang akan terpenuhi. Radar Bandung selalu membagikan konten setiap harinya, mulai dari satu konten hingga tiga konten per setiap harinya. Radar bandung meng*upload* konten dengan cepat untuk konten hiburan dapat langsung di *upload* pada hari yang sama pada media sosial tiktok dan untuk konten berita dapat langsung *upload* hari yang sama atau hari selanjutnya.

TikTok merupakan salah satu media baru yang berfungsi untuk memberikan penyampaian informasi melalui teknologi digital. Jika dulunya informasi hanya bisa didapatkan melalui koran atau majalah, saat ini informasi tersebut bisa disampaikan melalui perangkat komunikasi yang terhubung dengan internet.

Media baru atau *new media* merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai pengetahuan tentang teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. (McQuail, 2021). Menurut Lister (2020) media baru mengubah proses komunikasi manusia, dengan hadirnya media baru tersebut maka proses komunikasi melalui media bisa berubah dari *one-way flow* menjadi *two-way flow* bahkan *multi-way*

*flow*. Media Sosial merupakan salah satu bentuk media baru yang dikelompokkan dalam *computer-mediated communication* (CMC) berdasarkan pada identifikasi perubahan yang terjadi bersamaan dengan hadirnya media baru (Lister, dalam Luik, 2020).

Menurut Hidayatullah dalam buku Muhiban berjudul Perubahan Perilaku Sosial Dampak Pandemi Covid 19 dari Sudut Pandang Teknologi Informasi menyatakan bahwa media sosial adalah:

"Media sosial ialah situs atau layanan (*online*) daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengonsumsi, tapi juga berpartisipasi membuat, mengomentari, dan menyebarkan beragam konten dalam berbagai format: teks, gambar, audio atau video" (Hidayatullah dalam Muhiban, 2021 : 50).

Berdasarkan pengertian di atas peneliti memahami bahwa media sosial dapat digunakan sebagai media penyebaran informasi seputar wilayah kota, kabupaten maupun nasional. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya merupakan media yang digunakan untuk mengekspresikan diri atau hiburan tetapi juga digunakan sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat luas, dalam media perlu adanya optimalisasi agar pesan yang disampaikan kepada khlayak dapat mudah dimengerti.

Optimalisasi diartikan sebagai ukuran dimana semua keinginan atau kebutuhan dapat dipenuhi dari kegiatan yang dilaksanakan atau suatu ukuran yang menjadi penyebab tercapainya suatu tujuan. Optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan sedangkan jika dipandang dari sudut usaha, optimalisasi adalah usaha memaksimalkan kegiatan sehingga mewujudkan keuntungan yang diinginkan atau dikehendaki ( Hizair (2013) dalam Sukri *et al.*,

2022).

Situasi pertumbuhan teknologi dalam penyebaran informasi saat ini semakin pesat sehingga sangat mudah untuk mendapatkan informasi terutama melalui internet. Salah satu perusahaan yang menerapkan teknologi dalam penyebaran informasi yaitu Kantor Harian Pagi Radar Bandung. Hampir seluruh kegiatan pemerintahan seperti kementerian dan lembaga swasta memilih media sosial untuk berkomunikasi, menyampaikan informasi, dan memanfaatkan media sebagai sarana publikasi mengenai kebijakan dan pencapaian-pencapaiannya, dengan adanya media sosial tersebut dapat memudahkan Kantor Harian Pagi Radar Bandung menyebarkan informasi secara *online* kepada para pengikutnya yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja melalui *smartphone* atau perangkat lain guna memudahkan pekerjaan manusia dalam berbagai aspek terutama tentang berita yang terjadi seputar Kota Bandung maupun berita-berita nasional.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, peneliti ingin memahami lebih lanjut dengan melakukan penelitian dengan judul **“Optimalisasi Penggunaan Media Sosial TikTok Dalam Memperluas Jangkauan *Follower* TikTok Radar Bandung”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

### **1.2.1 Rumusan Masalah Makro**

Adapun pertanyaan makro dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Dalam Memperluas Jangkauan

*Follower Tiktok Radar Bandung?*”

### **1.2.2 Rumusan Masalah Mikro**

1. Bagaimana **Share (Membagikan)** Penggunaan Media Sosial TikTok Dalam Memperluas Jangkauan *Follower* TikTok Radar Bandung?
2. Bagaimana **Optimize (Mengoptimalkan)** Penggunaan Media Sosial TikTok Dalam Memperluas Jangkauan *Follower* TikTok Radar Bandung?
3. Bagaimana **Manage (Mengelola)** Penggunaan Media Sosial TikTok Dalam Memperluas Jangkauan *Follower* TikTok Radar Bandung?
4. Bagaimana **Engage (Melibatkan)** Penggunaan Media Sosial TikTok Dalam Memperluas Jangkauan *Follower* TikTok Radar Bandung?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan tentang “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial TikTok Dalam Memperluas Jangkauan *Follower* Tiktok Radar Bandung”.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui **Share (Membagikan)** Penggunaan Media Sosial TikTok Dalam Memperluas Jangkauan *Follower* TikTok Radar Bandung.
2. Untuk mengetahui **Optimize (Mengoptimalkan)** Penggunaan Media Sosial TikTok Dalam Memperluas Jangkauan *Follower* TikTok Radar

Bandung.

3. Untuk mengetahui **Manage (Mengelola)** Penggunaan Media Sosial Tiktok Dalam Memperluas Jangkauan *Follower* Tiktok Radar Bandung.
4. Untuk mengetahui **Engange (Melibatkan)** Penggunaan Media Sosial Tiktok Dalam Memperluas Jangkauan *Follower* Tiktok Radar Bandung.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dalam suatu penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat suatu kegunaan yang dapat digunakan oleh masyarakat luas, adapun kegunaan penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis, dan praktis, yaitu sebagai berikut:

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengembangan dari pemikiran di bidang Ilmu Komunikasi, terutama terkait Optimalisasi penggunaan media sosial. Kegunaan teoritis ini kiranya dapat mengembangkan kajian tentang Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Dalam Memperluas Jangkauan *Follower* Tiktok Radar Bandung.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Adapun dari perspektif praktis, penelitian ini memiliki manfaat yakni mampu memberikan suatu masukan atau referensi tambahan yang dapat diimplementasikan dan menjadi pertimbangan. Kegunaan secara praktis pada penelitian ini, adalah sebagai berikut :

###### **1. Peneliti**

Menjadi bahan referensi sebuah pengetahuan dan pengalaman serta penerapan ilmu yang diperoleh peneliti selama studi secara teoritis.

Khususnya mengenai ilmu komunikasi terutama terkait dengan penelitian optimalisasi penggunaan media sosial.

## 2. Universitas

Secara praktis penelitian ini mampu berguna bagi mahasiswa UNIKOM (Universitas Komputer Indonesia) secara umum, dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi secara khusus yang mampu dijadikan sebagai literatur serta rujukan tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

## 3. Perusahaan Radar Bandung

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Radar Bandung pada masa yang akan datang, serta penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi Radar Bandung dalam melakukan optimalisasi penggunaan media sosial dalam memperluas jangkauan *follower* tiktok Radar Bandung.