

**PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN BERITA: ANALISIS
JENIS KONTEN DAN TINGKAT INTERAKSI PADA AKUN DETIKCOM PERIODE
OKTOBER 2026**

Siti Nur A'thifah¹, Sarlah Dafa Afrilia², Keysya Wijinin Tyas³, Syarifudin Yunus⁴

Universitas Indraprasta PGRI, Indonesia

Email : sitinurathifah13@gmail.com , sarlahdafaafria05@gmail.com ,
keysyawijinin@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan TikTok sebagai media penyebaran berita melalui akun detikcom, khususnya jenis konten dan tingkat interaksi khalayak. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan analisis isi terhadap 10 unggahan yang dipublikasikan pada 6–18 Oktober 2026. Dapat disimpulkan akun TikTok Detik.com memiliki total interaksi sebanyak 225.348, terdiri atas like (77,6%), share (12,6%), komentar (6,2%), dan save (3,5%). Konten dengan interaksi tertinggi adalah penyerahan denda administratif kehutanan Rp13,2 triliun oleh Kejaksaan Agung (102.013 interaksi atau 45,3% dari total). Konten politik dan hukum memiliki porsi komentar yang tinggi, sedangkan konten kebijakan dan keuangan negara memiliki porsi share yang tinggi. Konten olahraga lebih banyak memperoleh like daripada komentar. Temuan ini menunjukkan bahwa jenis interaksi khalayak berbeda menurut isi berita yang disajikan. TikTok memiliki potensi sebagai media distribusi berita yang memungkinkan penyampaian informasi secara cepat, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat.

Kata kunci: TikTok, Media Penyebaran Berita, Detik.com, Tingkat Interaksi

Abstract

This study aims to analyze the use of TikTok as a medium for disseminating news through the detikcom account, specifically focusing on content types and audience engagement levels. The study employs a descriptive approach using content analysis on 10 posts published between October 6 and 18, 2026. It can be concluded that the Detik.com TikTok account had a total of 225,348 interactions, consisting of likes (77.6%), shares (12.6%), comments (6.2%), and saves (3.5%). The post with the highest engagement was the imposition of Rp13.2 trillion in administrative forestry fines by the Attorney General's Office (102,013 interactions, or 45.3% of the total). Political and legal content receives a high proportion of comments, while content on government policy and finance receives a high proportion of shares. Sports content receives more likes than comments. These findings indicate that the type of audience interaction varies depending on the content of the news presented. TikTok has the potential to serve as a news distribution platform that enables the rapid, engaging, and easily accessible dissemination of information to the public.

Keywords: TikTok, News Distribution, Detik.com, Engagement

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat memperoleh dan mengonsumsi informasi, termasuk berita. Kehadiran media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi media alternatif bagi penyebaran informasi jurnalistik secara cepat dan luas. Salah satu platform yang mengalami perkembangan pesat adalah TikTok, yang memungkinkan penyampaian informasi melalui video berdurasi singkat dengan dukungan teks, audio, visual, dan berbagai elemen kreatif lainnya. Karakteristik tersebut menjadikan TikTok sebagai platform yang potensial bagi perusahaan media untuk menjangkau audiens, khususnya generasi muda yang cenderung akrab dengan konsumsi informasi berbasis digital. Namun, pemanfaatan TikTok sebagai media penyebaran berita juga menghadirkan tantangan bagi media massa, terutama dalam menyampaikan informasi secara ringkas tanpa mengurangi akurasi, objektivitas, dan kelengkapan konteks berita.

Salah satu media massa di Indonesia yang memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan informasi adalah Detikcom. Sebagai media berita daring, Detikcom memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pemberitaan melalui akun TikTok dengan menyajikan berbagai jenis konten, seperti berita politik, ekonomi, sosial, kriminal, hiburan, dan peristiwa terkini. Penyajian berita dalam format video singkat dapat menjadi strategi untuk menarik perhatian audiens sekaligus mendorong keterlibatan pengguna melalui fitur interaksi, seperti tanda suka (like), komentar (comment), berbagi (share), dan jumlah penayangan (views). Tingkat interaksi tersebut dapat menjadi indikator untuk memahami respons audiens terhadap konten berita yang dipublikasikan. Meskipun demikian, tingginya jumlah penayangan atau interaksi tidak selalu menunjukkan bahwa suatu konten memiliki kualitas jurnalistik yang lebih baik. Oleh karena itu, analisis terhadap jenis konten dan tingkat interaksi diperlukan untuk mengetahui pola penyajian berita yang memperoleh perhatian audiens serta memahami bagaimana karakteristik konten berkaitan dengan respons pengguna TikTok.

Di sisi lain, perkembangan media sosial mengubah cara masyarakat memperoleh informasi. Di Indonesia, laporan Digital 2026 mencatat 180 juta identitas pengguna media sosial atau 62,9% dari total populasi, dengan rata-rata durasi penggunaan TikTok sekitar 1 jam 53 menit per hari (We Are Social 2025). Platform ini juga mulai berfungsi sebagai kanal berita: survei Reuters Institute menunjukkan bahwa 34% responden Indonesia menggunakan TikTok untuk mengakses berita pada 2025, naik dari 29% pada 2024, dan menempatkannya di

peringkat keempat setelah WhatsApp, YouTube, dan Facebook (Newman dkk. 2025). Kondisi ini mendorong media berita yang sebelumnya bertumpu pada portal daring dan televisi untuk hadir pula di platform video pendek. Studi pada akun Metro TV menunjukkan bahwa TikTok menjadi ruang adaptif jurnalisme digital, ketika topik yang kompleks dikemas menjadi narasi audiovisual yang ringkas dan menyentuh tanpa meninggalkan nilai jurnalistik (Rohmatuszakiyahd kk. 2026). Studi pada akun @infobandungkota juga mengidentifikasi lima strategi jurnalisme daring di TikTok, yaitu ringkas, adaptif, mudah dipindai, interaktif, serta membangun komunitas dan percakapan (Dewanti dkk. 2025).

Bagi media berita, TikTok menuntut penyesuaian cara penyajian. Peristiwa yang biasanya ditulis dalam berita panjang harus diringkas menjadi video berdurasi singkat dengan keterangan (caption) yang padat. Ukuran keberhasilan juga tidak lagi hanya jumlah pembaca, tetapi juga bentuk interaksi khalayak berupa like, komentar, save, dan share. Penelitian pada akun @soloposofficial menunjukkan bahwa produksi konten berita di TikTok dikelola untuk meningkatkan engagement audiens, antara lain melalui caption 5W+1H, pemanfaatan audio populer, dan pemilihan isu yang memiliki resonansi emosional tinggi (Puspitaningrum dkk. 2026). Hal ini mengisyaratkan bahwa jenis konten yang berbeda berpotensi memicu respons khalayak yang berbeda. Yunus (2019) menegaskan setiap media memiliki filosofi penyajian berita dan teknis pengelolaan sesuai dengan audiens-nya. Oleh karena itu, media massa atau media sosial semestinya mampu menjadi sarana belajar untuk mengetahui berbagai informasi dan peristiwa yang benar-benar terjadi.

Perbedaan respons tersebut dapat dibaca melalui teori kegunaan dan kepuasan (uses and gratifications), yang memandang khalayak sebagai pihak aktif yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Studi pada pengguna TikTok di Indonesia menemukan bahwa motivasi utama penggunaan adalah hiburan, edukasi, dan interaksi sosial, serta bahwa konten yang dipersonalisasi algoritma menjadi alasan platform ini memenuhi kebutuhan informasi penggunanya (Adistri dkk. 2024). Dengan kerangka ini, setiap bentuk interaksi dapat dipandang sebagai wujud kebutuhan yang berbeda: like menandakan apresiasi, komentar menandakan diskusi, save menandakan nilai guna, dan share menandakan dorongan untuk menyebarkan informasi kepada orang lain.

Detik.com adalah salah satu media daring di Indonesia yang aktif menyebarkan berita melalui TikTok. Pada Oktober 2026, akun tersebut mengunggah beragam topik, mulai dari kemenangan Tim Nasional Indonesia, penyerahan uang denda oleh Kejaksaan Agung, putusan

Mahkamah Konstitusi, program Makan Bergizi Gratis, hingga kebakaran hutan dan lahan. Keragaman topik ini memungkinkan pengamatan terhadap jenis konten yang paling memancing respons khalayak.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian berjudul “Pemanfaatan TikTok sebagai Media Penyebaran Berita: Analisis Jenis Konten dan Tingkat Interaksi pada Akun Detikcom Periode Oktober 2026” penting dilakukan untuk mengidentifikasi jenis-jenis konten berita yang dipublikasikan oleh akun TikTok Detikcom selama Oktober 2026 serta menganalisis tingkat interaksi yang dihasilkan dari setiap konten. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai pola pemanfaatan TikTok oleh Detikcom sebagai media penyebaran berita dan hubungan antara jenis konten dengan tingkat interaksi audiens. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi komunikasi jurnalistik digital serta memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya mengenai media sosial, distribusi berita, dan keterlibatan audiens dalam ekosistem media digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan analisis isi terhadap unggahan TikTok. Data berupa 10 unggahan akun detikcom yang dipublikasikan pada 6-18 Oktober 2026." Penelitian akan diukur dalam tiga dimensi (penilaian kebutuhan, penyampaian program dan kualitas, serta evaluasi dan tindak lanjut), dan kesetiaan dalam tiga komponen (komitmen afektif, komitmen kelanjutan, dan niat untuk mengunggah).

Penelitian akan diukur dalam tiga dimensi (1) penilaian kebutuhan, pengumpulan data, pengunggahan, serta caption dan interaksi, (2) komponen kesetiaan yaitu komitmen afektif, komitmen kelanjutan, data berdasarkan tanggal pengunggahan, dan pengelompokan topik ke dalam kategori konten, serta (3) menghitung total dan persentase interaksi lalu menafsirkannya. Indikator interaksi terdiri dari like, komentar, save, dan share. Interaksi dihitung dengan menjumlahkan keempat indikator, sedangkan composition of interaction is expressed in percentage of the total. Untuk analisis per kategori, unggahan yang memuat dua unsur (misalnya lingkungan dan politik) dimasukkan ke dalam kategori yang paling dominan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan. Penelitian akan diukur dalam tiga dimensi (penilaian kebutuhan, penyampaian program dan kualitas, serta evaluasi dan pengikutan) dan kesetiaan dalam tiga komponen (komitmen afektif, komitmen kelanjutan, dan keinginan untuk terus melibatkan penonton). Angka interaksi hanya mencerminkan kondisi saat data dikumpulkan

dan dapat berubah. Dalam unggahan nomor 3, sumber data menyebutkan jumlah komentar sebanyak dua kali (2.381 dan 742; angka kedua dianggap sebagai jumlah save).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian berjudul “Pemanfaatan TikTok sebagai Media Penyebaran Berita: Analisis Jenis Konten dan Tingkat Interaksi pada Akun Detikcom Periode Oktober 2026” berfokus pada bagaimana TikTok dimanfaatkan oleh Detikcom sebagai media distribusi informasi jurnalistik di era digital. Pembahasan ini mencakup identifikasi dan pengelompokan jenis konten berita yang dipublikasikan selama Oktober 2026, serta analisis tingkat interaksi audiens berdasarkan jumlah penayangan (views), tanda suka (likes), komentar (comments), dan berbagi (shares). Melalui analisis tersebut, penelitian ini berupaya mengidentifikasi jenis konten yang memperoleh respons tertinggi dari audiens dan memahami pola interaksi yang terbentuk pada setiap kategori berita. Hasil pembahasan diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik penyebaran berita melalui TikTok, efektivitas konten dalam menarik perhatian audiens berdasarkan indikator interaksi, serta peran media sosial dalam mendukung perkembangan praktik jurnalistik digital.

Data yang digunakan dalam penelitian mencakup 10 unggahan yang diurutkan mulai dari yang tertua (Tabel 1). Tema yang diangkat meliputi bidang olahraga, hukum dan ekonomi, politik, kebijakan publik, isu sosial, kejadian kebakaran, serta lingkungan.

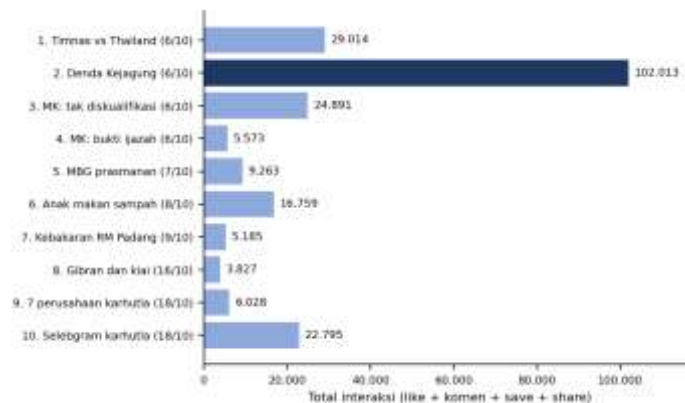
Tabel 1. Konten dan interaksi akun TikTok detikcom, 6–18 Oktober 2026

N o	Tangga l	Topik Konten	Kategori	Like	Kom en	Save	Shar e	Total
1	6 Okt 2026	Timnas Indonesia menang atas Thailand	Olahraga	27.500	346	881	287	29.014
2	6 Okt 2026	Kejagung serahkan denda Rp13,2 T ke negara	Hukum/ Ekonomi	68.500	6.917	3.696	22.90 0	102.01 3
3	6 Okt 2026	MK tak bisa diskualifikasi Gibran	Politik/ Hukum	20.400	2.381	742	1.368	24.891

N o	Tangga l	Topik Konten	Kategori	Like	Kom en	Save	Shar e	Total
4	6 Okt 2026	MK tak temukan bukti ijazah SMA Gibran	Politik/ Hukum	4.405	389	310	469	5.573
5	7 Okt 2026	Uji coba MBG sistem prasmanan	Kebijakan Publik	6.854	433	337	1.639	9.263
6	8 Okt 2026	Anak makan sampah, Dinsos DKI beri bantuan	Sosial	14.000	1.114	711	934	16.759
7	9 Okt 2026	Kebakaran RM Padang Rawamangun	Peristiwa	4.560	191	242	192	5.185
8	16 Okt 2026	Gibran bersilaturahmi dengan kiai di Pasuruan	Politik	3.170	474	123	60	3.827
9	18 Okt 2026	7 perusahaan diduga penyebab karhutla	Lingkunga n	5.463	190	235	140	6.028
10	18 Okt 2026	Selebgram Medan ditawari Rp80 juta soal karhutla	Lingkunga n/ Politik	20.100	1.622	684	389	22.795
Jumlah				174.95 2	14.05 7	7.961	28.37 8	225.34 8

Jumlah interaksi pada 10 postingan mencapai 225.348, dengan rata-rata 22.535 per postingan. Nilai median hanya 13.011, jauh di bawah rata-rata, karena satu unggahan (denda Kejaksaan Agung) menyumbang 102.013 interaksi atau 45,3% dari total keseluruhan. Tanpa postingan itu, rata-rata interaksi mencapai 13.704 per posting.

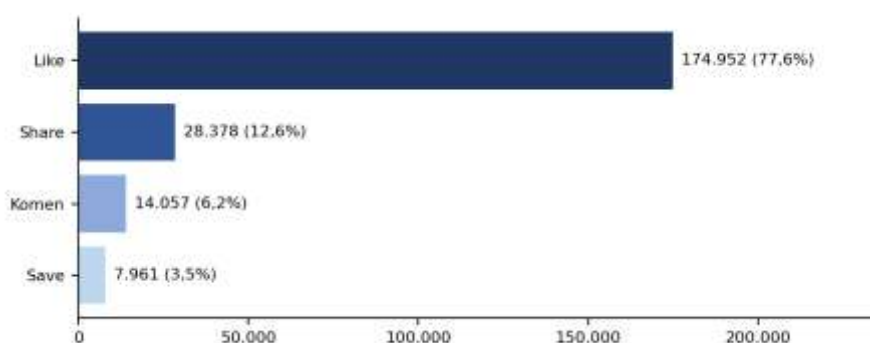
Empat unggahan pada 6 Oktober 2026 menghasilkan 161.491 interaksi yang merupakan 71,7% dari keseluruhan. Di hari tersebut, terjadi beberapa peristiwa yang menarik perhatian media, yaitu kemenangan Timnas melawan Thailand, pengumuman denda sebesar Rp13,2 triliun, serta keputusan Mahkamah Konstitusi terkait syarat pendidikan untuk Wakil Presiden. Setelahnya, frekuensi unggahan menurun dan interaksinya juga berkurang, kecuali unggahan mengenai selebgram Medan pada 18 Oktober (22.795). Sebaran tanggal ini menunjukkan unggahan yang telah dikumpulkan, bukan semua unggahan dari akun tersebut.



Gambar 1. Total interaksi per unggahan

Komposisi Jenis Interaksi

Like adalah jenis interaksi paling dominan, yaitu 174.952 atau 77,6% dari keseluruhan. Selanjutnya, ada 28.378 share (12,6%), 14.057 komentar (6,2%), dan 7.961 simpan (3,5%). Like merupakan respons yang paling sederhana dan cepat untuk diberikan, sehingga wajar jika jumlahnya terbanyak.



Gambar 2. Komposisi jenis interaksi

Jumlah share melebihi komentar dan simpan. Akan tetapi, 22.900 dari 28.378 share (80,7%) berasal dari satu postingan, yaitu penyerahan denda oleh Kejaksaan Agung. Dengan kata lain, motivasi untuk menyebarkan informasi tidak sama pada setiap konten. Simpan

menjadi interaksi terendah. Hal ini bisa menunjukkan bahwa masyarakat melihat berita sebagai informasi sementara dan bukan sebagai sesuatu yang disimpan, namun asumsi ini perlu diuji dengan data yang lebih komprehensif.

Pola Interaksi Menurut Isi Konten

Perbandingan persentase tiap jenis interaksi pada setiap unggahan menunjukkan pola yang berbeda (Tabel 2).

Tabel 2. Persentase jenis interaksi pada setiap unggahan

No	Topik Konten	Total	% Like	%Komen	% Save	% Share
1	Timnas menang atas Thailand	29.014	94,8%	1,2%	3,0%	1,0%
2	Denda Kejagung Rp13,2 T	102.013	67,1%	6,8%	3,6%	22,4%
3	MK tak diskualifikasi Gibran	24.891	82,0%	9,6%	3,0%	5,5%
4	MK: bukti ijazah SMA Gibran	5.573	79,0%	7,0%	5,6%	8,4%
5	MBG sistem prasmanan	9.263	74,0%	4,7%	3,6%	17,7%
6	Anak makan sampah, bantuan Dinsos	16.759	83,5%	6,6%	4,2%	5,6%
7	Kebakaran RM Padang	5.185	87,9%	3,7%	4,7%	3,7%
8	Gibran dan kiai di Pasuruan	3.827	82,8%	12,4%	3,2%	1,6%
9	7 perusahaan penyebab karhutla	6.028	90,6%	3,2%	3,9%	2,3%
10	Selebgram ditawari Rp80 juta	22.795	88,2%	7,1%	3,0%	1,7%

Konten olahraga didominasi oleh like (94,8%) sementara komentar hanya menyumbang 1,2% dan share 1,0%. Khalayak terlihat merayakan keberhasilan Timnas, tetapi tidak banyak yang berdialog. Sebaliknya, konten hukum dan politik memiliki proporsi komentar yang lebih besar, yaitu Gibran dan kiai 12,4%, MK tidak mendiskualifikasi Gibran 9,6%, serta MK bukti ijazah 7,0%. Unggahan selebgram Medan juga mendapatkan proporsi komentar sebesar 7,1%.

Isi mengenai kebijakan dan keuangan negara memiliki bagian share terbesar, yaitu denda Kejaksaan Agung 22,4% dan uji coba MBG 17,7%.

Gibran dan kiai memiliki total keterlibatan yang rendah (3.827), namun proporsi komentarnya paling signifikan. Ini menunjukkan bahwa konten yang memancing perbincangan tidak selalu menghasilkan jumlah interaksi yang tinggi. Dua postingan mengenai keputusan MK yang serupa juga menghasilkan tingkat interaksi yang sangat berbeda (24.891 dan 5.573). Perbedaan perspektif pada judul mungkin menjadi salah satu penyebab, tetapi data dalam penelitian ini tidak mendukung untuk mengonfirmasinya.

Interaksi Berdasarkan Kategori Konten

Pengelompokan topik ke dalam kategori memperlihatkan konten mana yang paling banyak menarik interaksi (Tabel 3).

Tabel 3. Interaksi berdasarkan kategori konten

Kategori	Jumlah Konten	Total Interaksi	Rata-rata per Konten	% dari Total
Hukum/Ekonomi	1	102.013	102.013	45,3%
Olahraga	1	29.014	29.014	12,9%
Sosial	1	16.759	16.759	7,4%
Lingkungan	2	28.823	14.412	12,8%
Politik dan Hukum	3	34.291	11.430	15,2%
Kebijakan Publik	1	9.263	9.263	4,1%
Peristiwa	1	5.185	5.185	2,3%

Kategori hukum dan ekonomi memiliki rata-rata tertinggi, namun hanya diwakili oleh satu unggahan. Lima dari tujuh kategori hanya memiliki satu unggahan, sehingga perbandingan rata-rata bersifat indikatif. Dalam kategori lingkungan, dua postingan mengenai karhutla menciptakan interaksi yang sangat berbeda. Postingan mengenai dugaan tawaran uang kepada selebgram mendapatkan 22.795 interaksi, hampir empat kali lipat dari postingan tentang daftar

tujuh perusahaan (6.028). Tampaknya kontroversi dan partisipasi tokoh publik lebih menarik minat daripada informasi mengenai daftar perusahaan.

Karakteristik Penyajian Konten

Keterangan unggahan detikcom biasanya berisi ringkasan berita yang cukup panjang, dilengkapi dengan kutipan dari narasumber (contohnya dalam putusan MK) serta kredit untuk foto, video, atau kreator. Beberapa video berasal dari sumber lain, seperti rekaman yang diunggah di Threads dan tayangan YouTube Mahkamah Konstitusi, dengan kredit yang tertera. Tujuh dari setiap sepuluh pos menyertakan tagar identitas media (detikcom atau detiknews). Lima unggahan (nomor 3, 4, 6, 7, dan 10) diakhiri dengan ajakan untuk membaca berita lebih lengkap di detik.com. Dengan begitu, TikTok berperan sebagai gerbang menuju sumber berita.

Gaya penulisan disesuaikan dengan tipe berita. Dalam postingan kemenangan Timnas, caption ditulis dengan gaya santai dan menyapa pengikut sebagai “detikers”, sedangkan pada berita hukum dan politik caption memakai bahasa yang formal. Penyesuaian gaya ini sesuai dengan perbedaan pola interaksi yang telah dijelaskan: konten emosional meningkatkan like, sedangkan konten hukum dan politik meningkatkan komentar.

Berdasarkan pembahasan mengenai “Pemanfaatan TikTok sebagai Media Penyebaran Berita: Analisis Jenis Konten dan Tingkat Interaksi pada Akun Detikcom Periode Oktober 2026”, dapat dinyatakan bahwa TikTok memiliki potensi sebagai media distribusi berita yang memungkinkan penyampaian informasi secara cepat, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat. Analisis terhadap jenis konten dan tingkat interaksi audiens dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik pemberitaan yang memperoleh perhatian pengguna melalui indikator jumlah penayangan (views), tanda suka (likes), komentar (comments), dan berbagi (shares). Temuan penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Detikcom dalam mengembangkan strategi penyajian berita yang sesuai dengan karakteristik platform dan kebutuhan audiens digital. Meskipun demikian, keberhasilan penyebaran berita tidak hanya ditentukan oleh tingginya tingkat interaksi, tetapi juga harus didukung oleh prinsip akurasi, kredibilitas, objektivitas, dan tanggung jawab jurnalistik. Dengan demikian, pemanfaatan TikTok sebagai media penyebaran berita perlu mengintegrasikan strategi konten yang menarik

dengan komitmen terhadap kualitas informasi agar dapat mendukung penyebaran berita yang informatif, terpercaya, dan relevan bagi masyarakat.

SIMPULAN

Studi tentang “Pemanfaatan TikTok sebagai Media Penyebaran Berita: Analisis Jenis Konten dan Tingkat Interaksi pada Akun Detikcom Periode Oktober 2026” dapat disimpulkan bahwa akun TikTok detikcom dari 6–18 Oktober 2026 digunakan untuk menyampaikan berbagai topik berita secara singkat. Sepuluh postingan yang dianalisis menghasilkan 225.348 interaksi, terdiri dari like (77,6%), share (12,6%), komentar (6,2%), dan simpan (3,5%).

Konten dengan tingkat interaksi paling tinggi adalah pembayaran denda Rp13,2 triliun oleh Kejaksaan Agung (102.013), yang berkontribusi 45,3% dari total dan 80,7% dari keseluruhan share. Konten politik dan hukum biasanya memicu reaksi, konten kebijakan dan keuangan negara sering dibagikan, sedangkan konten olahraga umumnya mendapatkan tanda suka.

TikTok memiliki potensi sebagai media distribusi berita yang memungkinkan penyampaian informasi secara cepat, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat. Analisis terhadap jenis konten dan tingkat interaksi audiens dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik pemberitaan yang memperoleh perhatian pengguna melalui indikator jumlah penayangan (views), tanda suka (likes), komentar (comments), dan berbagi (shares).

DAFTAR PUSTAKA

- Adistri, Nabila, Almira Adani Rusman, dan Irwansyah. 2024. “Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok: Studi Uses and Gratification di Era Digital.” *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 8 (2): 103–116. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i2.5584>
- detikcom. 2026. “Daftar 7 Perusahaan RI yang Diduga Singapura Biang Kerok Karhutla.” *TikTok @detikcom*, 18 Oktober. <https://vt.tiktok.com/ZSghsGMfk/>
- detikcom. 2026. “Kejagung Serahkan Denda Administratif Penyalahgunaan Kawasan Kehutanan Rp 13,2 Triliun.” *TikTok @detikcom*, 6 Oktober. <https://vt.tiktok.com/ZSbt8n2Cu/>
- detikcom. 2026. “MBG Mulai Dicoba dengan Sistem Prasmanan.” *TikTok @detikcom*, 7 Oktober. <https://vt.tiktok.com/ZSbt8utBT/>
- detikcom. 2026. “MK Tak Bisa Diskualifikasi Gibran Meski Tak Miliki Ijazah Setara SMA.” *TikTok @detikcom*, 6 Oktober. <https://vt.tiktok.com/ZSbt8G5tE/>
- detikcom. 2026. “MK Tidak Temukan Bukti Gibran Miliki Ijazah Setara SMA.” *TikTok @detikcom*, 6 Oktober. <https://vt.tiktok.com/ZSbt8oFqR/>

- detikcom. 2026. "Selamatkan Bocah dari Kobaran Api, Wanita Ini Loncat ke Bangunan Sebelah." *TikTok @detikcom*, 9 Oktober. <https://vt.tiktok.com/ZSbtRE43k/>
- detikcom. 2026. "Selebgram Medan Ngaku Ditawari Uang soal Karhutla, Gerindra Minta Diusut." *TikTok @detikcom*, 18 Oktober. <https://vt.tiktok.com/ZSghsnTFx/>
- detikcom. 2026. "Timnas Indonesia Menang." *TikTok @detikcom*, 6 Oktober. <https://vt.tiktok.com/ZSbt8tuYh/>
- detikcom. 2026. "Viral Anak Makan Sampah di Jaktim, Dinsos DKI Beri Bantuan." *TikTok @detikcom*, 8 Oktober. <https://vt.tiktok.com/ZSbtRwrHX/>
- detikcom. 2026. "Wapres Gibran Bersilaturahmi dengan Kiai di Pasuruan." *TikTok @detikcom*, 16 Oktober. <https://vt.tiktok.com/ZSghsPyDx/>
- Dewanti, Sinta, Dyah Rahmi Astuti, dan Barzan Faizin. 2025. "Strategi Jurnalisme Online pada Media Sosial TikTok @InfoBandungKota." *Annaba: Jurnal Ilmu Journalistik* 10 (1): 65–84. <https://doi.org/10.15575/annaba.v10i1.43925>
- Newman, Nic, Amy Ross Arguedas, Craig T. Robertson, Rasmus Kleis Nielsen, dan Richard Fletcher. 2025. *Reuters Institute Digital News Report 2025*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Puspitaningrum, Viola, Rendy Hermanto Abraham, dan Dewi Kartika Sari. 2026. "Strategi Produksi Konten Berita pada Platform TikTok @soloposofficial dalam Meningkatkan Engagement Audiens." *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi* 6 (1): 117–131. <https://doi.org/10.59895/deliberatio.v6i1.935>
- Rohmatuszakiah, Fadila, Ahmad Harun Yahya, dan Jufrizal. 2026. "TikTok sebagai Medium Jurnalisme: Analisis Narasi Berita dalam Format Video Pendek di @Metro_Tv." *Journal of Innovative and Creativity* 6 (1): 5419–5423. <https://doi.org/10.31004/joecy.v6i1.7252>
- We Are Social. 2025. "Digital 2026: Top Digital and Social Media Trends in Indonesia." 11 November. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in->
- Yunus, Syarifudin (2019). *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.