



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 202 P4age 1865-1878

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Dualisme Efek Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Dalam Humas Pemerintah

Erwan Effendi^{1✉}, Sylvia Azura², Nisrina Adilah Harahap³, Nurmaria⁴, M. Habibi Putra Pratama⁵

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jl. Lapangan Golf, Kp. Tengah, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang,

Sumatera Utara

Email: erwanefendi@uinsu.ac.id^{1✉}

Abstrak

Di situs media sosial Tiktok, pengguna dapat memposting film berdurasi 15-60 detik yang dipercantik dengan musik, filter, dan elemen artistik lainnya. Selain itu, Tiktok merupakan alat komunikasi berbasis web karena menawarkan fitur-fitur seperti pesan langsung, live streaming, dan kemampuan duet yang membuatnya menjadi alat yang berguna untuk komunikasi. 2020 menyaksikan asimilasi yang cepat dari aplikasi media sosial Tiktok ke dalam budaya populer Indonesia. Dengan menggunakan metode observasi sekunder, penelitian ini mencoba untuk mengkaji efek penggunaan TikTok dalam mensosialisasikan konten serius yang diproduksi oleh humas pemerintah Indonesia, khususnya oleh Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi melalui akun TikTok @kemenkomarves. Temuan studi ini menunjukkan pengaruh ganda dari TikTok terhadap materi hubungan masyarakat Kemenko Marves. Informasi yang dibagikan di TikTok bisa jadi menjadi kurang penting dibandingkan sebelumnya, tetapi juga menjadi lebih mudah diakses dan dimengerti oleh khalayak umum. Oleh karena itu, agar humas pemerintah dapat menyediakan materi digital yang menarik bagi audiens yang lebih luas, diperlukan adaptasi teknologi dan strategi humas digital yang efektif.

Kata Kunci: *Sosial Media, Media Komunikasi, Humas Kemenko Marves, TikTok*

Abstract

TikTok is a social networking site featuring short films (15–60 seconds) enhanced with music, filters, and other creative features. And TikTok is one of the few internet-based communication platforms because this app has features that may be used as a communication tool, such as live, duet, and direct messaging. The purpose of this study is to analyze the impact of TikTok usage on the socialization of official content in Indonesia, particularly that of the Ministry of Trade and Investment through the @kemenkomarves TikTok account, using the second-order observation method. The study's findings demonstrate the twofold effect that TikTok has had in spreading Kemenko Marves' PR material. Information shared on TikTok may become less important than it originally was, but it also becomes more accessible and understandable to the general audience. Therefore, in order for government public relations to provide digital material that is appealing to a wider audience, technological adaptability and an effective digital PR strategy are required.

Keywords: *Social Media, Communication Media, Kemenko Marves Public Relations, TikTok*

PENDAHULUAN

Internet adalah salah satu penemuan terbesar manusia yang selalu mengalami perubahan. Sebuah teknologi yang terus berkembang, dikenal luas, dan dimanfaatkan oleh banyak orang. Pada awalnya, internet hanya digunakan pada komputer. Saat ini, hampir semua perangkat yang dapat terhubung ke internet dapat digunakan, mulai dari smartphone hingga tablet. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) saat ini berkembang seiring dengan pengetahuan dan perilaku manusia. Globalisasi mungkin ditandai dengan kemudahan akses internet di berbagai negara di dunia.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang berkembang sangat berguna bagi negara berkembang yang seringkali dipandang terlambat dan terbelakang. Teknologi Informasi (TI) tidak lagi hanya sebagai alat untuk mendukung kegiatan organisasi, melainkan sudah menjadi komponen strategis dalam upaya setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Sebagai contoh, pihak Pemerintahan menyatakan bahwa teknologi informasi ini akan mempermudah proses yelenggaraannya, saat ini teknologi berkembang dengan sangat cepat, yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan manusia, khususnya internet. Terbukti sangat membantu dalam membuat gaya hidup masyarakat umum menjadi lebih bermartabat. Penggunaan internet menjadi lebih santai. Aksesibilitas internet yang baik dimanfaatkan oleh semua orang untuk mempermudah mendapatkan informasi, menyelesaikan tugas, dan memberikan ruang bagi setiap orang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Situs jejaring sosial pertama kali muncul pada tahun 1997 dan disebut Classmates.com dan Sixdegree.com. Tidak hanya itu, pada tahun tersebut juga muncul kesempatan untuk

membuat blog pribadi menggunakan Blogger. Situs web ini memungkinkan pengguna untuk membuat gambar header khusus mereka sendiri. Dengan demikian, pengguna platform Blogger ini dapat mendiskusikan topik apa saja. Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah sebuah jenis media online yang memungkinkan para penggunanya mempresentasikan diri sekaligus terlibat dalam interaksi sosial secara virtual seperti saling belajar, bekerja sama, bertukar pikiran, dan berkomunikasi dengan pengguna lain.

Media sosial sebagai bagian dari media baru secara konsisten menghadirkan perspektif baru tentang bagaimana manusia memahami informasi di zaman yang sudah mengglobal ini. Media sosial sangat bergantung pada internet, atau keberanian. Fitur yang disebutkan di atas sangat memudahkan pengguna untuk berpartisipasi. Partisipasi dalam hal ini adalah efisien dalam menyampaikan informasi; efisien juga dalam membuat konten, pesan, atau isi yang akan disampaikan kepada khalayak, dan mengomentari masukan-masukan yang diterima, di mana semua itu terjadi secara cepat tanpa batasan-batasan yang bersifat restriktif. Berbagai keuntungan yang ditawarkan media sosial juga dimanfaatkan oleh para influencer, atau lebih tepatnya mereka yang lebih sering diidentikkan sebagai influencer.

Penyesuaian mikro dan makro dianggap paling efektif dalam kampanye komunikasi yang mempromosikan produk dan layanan karena jumlah pengikut mereka yang relatif kecil, yang memungkinkan semua pengumuman dipahami dan diakui oleh pihak berwenang. Tingkat kepercayaan yang mereka miliki terhadap mereka juga sangat tinggi karena mereka memandang mereka sebagai "orang biasa" dan bukan sebagai ahli, dan mereka memiliki target tersegmentasi yang berinteraksi dengan mereka secara lebih dekat (Kay, Mulcahy dan Parkinson, 2020; Judah, 2020).

Era globalisasi membuat masyarakat semakin bergantung pada teknologi. Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Menurut Kamus Webster, teknologi, yang berasal dari kata Yunani *technologia*, mengacu pada pelatihan sistematis atau penerapan pengetahuan secara sistematis, sedangkan *techne*, kata dasar dari teknologi, mengacu pada pengetahuan, keahlian, dan keterampilan (Soedarto et al., 2020). Menurut Gary J. Anglin, teknologi adalah penggunaan pengetahuan manusia-baik internal maupun eksternal-secara sistematis dan hirarkis untuk mengatasi masalah yang dihadapi umat manusia. Di sisi lain, definisi teknologi menurut Jacques

Ellul adalah seperangkat metode yang secara objektif mengukur dan memiliki aturan yang efektif untuk setiap aktivitas manusia. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa teknologi adalah alat yang menghasilkan suatu

produk dan berdampak pada setiap aktivitas manusia. Dampak jangka panjang dari teknologi telah mempengaruhi kehidupan sehari-hari manusia, khususnya generasi muda (Wahyudi & Sukmasari, 2018). Media sosial merupakan salah satu produk teknologi yang sering digunakan sebagai platform untuk mendapatkan informasi secara cepat. Media sosial adalah sebuah media online yang memungkinkan para penggunanya dengan mudah berpartisipasi, bertukar, dan menciptakan isi melalui blog, forum media sosial, wiki, dan dunia virtual lainnya (Cahyono, 2016).

Media sosial memiliki dampak positif dan bermanfaat bagi kemajuan pengetahuan dan teknologi, misalnya dengan memfasilitasi komunikasi, menemukan dan mengakses informasi, mempromosikan penelitian, memberdayakan individu, dan banyak lagi (Gani, 2020). Di zaman yang semakin mengglobal ini, globalisasi dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu dampak positif dan dampak negatif. Konvergensi teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan berkembangnya berbagai teknologi informasi dan fasilitas telekomunikasi canggih yang dapat diintegrasikan ke dalam setiap arus informasi (Hanim, 2011:60). Di era digital saat ini, penggunaan internet terus meningkat. Hal ini terjadi di berbagai sektor pemerintahan, sosial, ekonomi, pendidikan, dan sektor-sektor lain dalam kehidupan masyarakat. Pada awal tahun 2022, pengguna internet di Indonesia telah meningkat sebesar 54,25% dibandingkan dengan tahun 2018, ketika jumlah total pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta (Databoks, 2022). (Winduwati & Sari, 2023).

Berdasarkan data dari survei We Are Social, sebuah organisasi media sosial asal Inggris yang berkolaborasi dengan Hootsuite mempublikasikan laporan pada bulan Januari 2019 yang menyatakan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 150 juta dari total populasi Indonesia yang mencapai 268,2 juta orang. Sebaliknya, lebih dari 48 persen dari populasi menggunakan ponsel pintar untuk media sosial, mencapai 130 juta atau lebih dari seluruh penggunaan media (katadata.com, 2019).

Data ini menggambarkan betapa luasnya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat umum. Menurut Global Digital Data tahun 2019 yang dilakukan oleh We Are Social (Wearesocial.com, 2019), telah terjadi peningkatan penggunaan media sosial dibandingkan dengan tahun 2018. Penggunaan media sosial didominasi oleh generasi muda Indonesia generasi Y dan Z, atau mereka yang berusia antara 18 hingga 34 tahun. Peningkatan ini terjadi selama Januari 2018 hingga Januari 2019. Menurut laporan tersebut, orang yang lebih sering menggunakan media sosial adalah perempuan dibandingkan laki-laki. Dibandingkan dengan wanita, yang merupakan 15% dari populasi, mendominasi sebesar 18 persen. Di sisi lain, di antara pengguna berusia 25 hingga 34 tahun, pria mencapai 19 persen dan wanita mencapai 14 persen dari total pengguna (kompas.com, 2019).

Sejak diluncurkan pada tahun 2016, TikTok telah mendapatkan popularitas di bidang estetika, sejarah, ekonomi, bisnis, dan pendidikan (Escamilla-Fajardo et al., 2021; Kennedy, 2020; Ma & Hu, 2021; Montag et al., 2021). TikTok menyebarkan informasi ke seluruh penjuru dunia, tidak hanya di Indonesia (Batoebara, 2020; Mana, 2021).

Pada tahun 2020, media di Indonesia mengalami sedikit penurunan yang menyebabkan beberapa media kembali populer. Salah satu bentuk media teknologi yang masih banyak digunakan dan dapat dimanfaatkan adalah tiktok (Hasiholan, Pratami, & Wahid, 2020). Tiktok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah video pendek (antara 15 hingga 60 detik) dengan musik, filter, dan fitur kreatif lainnya. Tiktok merupakan salah satu dari beberapa platform komunikasi berbasis internet karena aplikasi ini memiliki fitur yang dapat digunakan sebagai alat obrolan langsung, platform pesan langsung, atau platform duet.

Kemajuan teknologi yang begitu pesat dari tahun ke tahun tidak dapat dibendung. Hal ini dapat dilihat dari beberapa platform yang bermunculan, antara lain Facebook, Instagram, Tiktok, WhatsApp, Twitter, dan lain-lain (Siriya, 2022). Menurut Rahmawati (2019), aplikasi jejaring sosial terpopuler di Google Play yang paling banyak diunduh oleh pengguna smartphone adalah Tiktok yang memiliki lebih dari 45,8 juta unduhan dan digunakan sebagai pengganti Facebook, Instagram, Messenger, Whatsapp, dan aplikasi lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial yang saat ini lebih populer di kalangan pengguna internet yang mengaksesnya melalui smartphone adalah media sosial yang sebagian besar berisi konten video, seperti Tiktok.

Pemanfaatan media sosial merupakan salah satu jenis teknologi internet yang dapat membantu Anda dalam mengembangkan bisnis. Pada tahun 2020, Tiktok, sebuah aplikasi media sosial, dengan cepat menjadi andalan masyarakat Indonesia. Tiktok bukanlah media sosial baru di Indonesia, melainkan sudah aktif sejak tahun 2018. Namun, Kementerian Komunikasi dan Informasi telah memblokir Tiktok, dengan alasan perlunya membuat konten yang sesuai untuk generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data orde kedua dari observasi. Dengan menggunakan metode observasi orde dua, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan TikTok dalam analisis sistematis terhadap konten yang diproduksi oleh lembaga pemerintah Indonesia, khususnya Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi melalui akun TikTok @kemenkomarves. Ketika menggunakan pendekatan kualitatif, ada banyak definisi istilah "kualitatif" dan metode yang

terkait dalam literatur dan makalah penelitian, baik dari segi terminologi maupun etimologi. Menurut Hendryadi dkk. (2019:218), penelitian kualitatif adalah sebuah proses inkuiri naturalistik yang berusaha memahami fenomena sosial dengan cara yang jelas dan dapat dimengerti. Pendekatan kualitatif berbeda dengan pendekatan kuantitatif dalam hal pengumpulan data, analisis, interpretasi, dan penulisan laporan.

Pengambilan sampel secara langsung, pengumpulan data mentah, analisis teks atau grafik, representasi informasi dalam tabel dan grafik, dan interpretasi data secara individual, semuanya mendukung penggunaan metode-k. Secara umum, paradigma penelitian kualitatif dan kuantitatif-juga dikenal sebagai paradigma penelitian-adalah paradigma yang mendominasi bidang studi. Plato menggunakan istilah "paradigma" untuk merujuk pada sebuah ide atau bentuk. Banyak filsuf lain yang menyatakan bahwa paradigma berkembang sebagai sarana kritik terhadap objek tertentu. Dua tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah untuk: 1) menggambarkan dan menyelidiki; dan 2) menggambarkan dan menjelaskan. Berdasarkan hasil yang diinginkan, analisis kualitatif menggunakan instrumen pengumpulan data yang sesuai dengan hasil yang diinginkan (Bachtiar S. Bachri, 2010).

Kerangka teori disajikan dengan cara yang menggambarkan hubungan antar konstruk berdasarkan pengumpulan data dari hasil observasi terhadap akun TikTok @kemenkomarves, sesekali dilengkapi dengan hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya. Observasi sekunder adalah jenis observasi online yang melibatkan pemantauan profil media sosial, rekaman dan konten, serta kemungkinan adanya ekspresi yang tidak disaring dalam teks (komentar), grafik, format teks, dan emotikon (Kamila, 2020).

Dalam hal ini, peneliti menekankan pentingnya konten manusia di media sosial TikTok sebagai platform untuk sosialisasi informasi, pribadi, dan kebijakan pemerintah. Penelitian ini menggunakan akun media sosial TikTok @kemenkomarves yang cukup populer untuk berbagi informasi di TikTok. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan peneliti mengenai konten video ini antara lain nada, durasi, konten, kompleksitas, dan reaksi audiens (publik), seperti jumlah like dan komentar pada konten video di TikTok. Penelitian yang secara khusus berfokus pada penggunaan TikTok pada sumber daya manusia agak terbatas. Ketika data yang tersedia tidak mencukupi untuk memahami pertanyaan penelitian secara penuh, peneliti dapat menggunakan dua pendekatan semi-kuantitatif untuk menjawab pertanyaan tersebut (Knopf, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mencapai tujuan, seperti mencapai kinerja organisasi yang baik baik secara internal maupun eksternal dan menjalin hubungan kerja yang positif dengan eksternal

organisasi, diperlukan strategi sumber daya manusia dan saluran penyebaran informasi yang tepat. Di era digital saat ini, penggunaan teknologi digital dan internet telah mengubah sistem kerja manusia yang tadinya dilakukan secara konvensional menjadi digital.

Hal ini mendorong berkembangnya humaniora digital yang berbasis pada kegiatan humaniora yang menggunakan teknologi dan media digital untuk membangun komunikasi publik (Laksamana, 2015). Menurut Yosali Iriantara (2013:8), humas adalah sebuah proses yang menjalankan fungsi-fungsi manajemen. Langkah-langkah dalam proses manusia meliputi menetapkan tujuan, menetapkan nilai, mengembangkan strategi manusia, membuat program manusia, menerapkan rencana ke dalam tindakan, mengevaluasi hasil, dan melakukan analisis sistematis.

Sejalan dengan konsep CMC, sumber daya manusia digital juga mengacu pada penggunaan media digital sebagai sarana untuk mempublikasikan konten mereka (Lloyd & Toogood, 2015). Selain Instagram, platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Youtube merupakan media yang paling sering digunakan oleh pejabat pemerintah Indonesia untuk mensosialisasikan kegiatan dan program-program resmi mereka. TikTok, sebuah platform media sosial yang telah digunakan oleh masyarakat Indonesia selama beberapa tahun belakangan ini, kini digunakan oleh pemerintah untuk menjalankan praktik humas. Menurut M. Graham dkk. (2013), platform ini telah memberikan kesempatan kepada pemerintah untuk menjelaskan dan menerangkan situasi krisis serta membangun keterlibatan dan interaksi publik melalui kegiatan seperti menjawab pertanyaan dan membentuk opini publik. Menurut M. Graham dkk. (2013), interaksi antara publik dan pemerintah yang difasilitasi oleh media sosial dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pegawai pemerintah terhadap publik.

Sebagai salah satu lembaga pemerintah terbesar di Indonesia, Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, telah menerapkan praktik manajemen sumber daya manusia secara digital dalam tugas-tugas sumber daya manusia sehari-hari. Berbagai platform digital seperti situs web, survei online, video interaktif, dan media sosial telah digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan pembaruan tentang organisasi, baik kepada masyarakat umum maupun pemangku kepentingan terkait.

Hampir semua platform media sosial yang digunakan masyarakat Indonesia, seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, dan TikTok, dimanfaatkan oleh divisi humas Kementerian Perdagangan, Perindustrian, dan Energi dalam rangka menciptakan dialog dengan publik. Praktik manusia digital dapat terjadi sebagai hasil dari interaksi yang dimungkinkan oleh internet, khususnya media sosial. Berbeda dengan manusia konvensional yang ruang lingkungannya cenderung terbatas, statis, dan dapat dikontrol,

manusia digital lebih disukai, memiliki kontrol yang lebih mudah, dan mampu menangani banyak keluhan yang muncul dengan cepat (Meranti, 2018).

Manusia di era digital membutuhkan pemikiran kritis untuk menciptakan dan mengumpulkan informasi bagi publik, yang kemudian digunakan untuk memecahkan masalah poin demi poin (Wright & Hinson, 2008). Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan strategi dan adaptasi tertentu agar dapat mengadopsi teknologi digital dengan baik. Dalam proses penggunaan berbagai media sosial, divisi humas Kemenko Marves bekerja keras untuk beradaptasi dengan budaya digital, termasuk mempersonalisasi konten di berbagai platform media sosial. Divisi humas Kemenko Marves sedang dalam tahap penyesuaian format konten TikTok. Tergolong masih baru dalam penggunaan TikTok. Mereka bersedia untuk berkomunikasi dengan berbagai subjek dengan bot yang serius (misalnya, sosialisasi surat edaran, penegakan hukum, dan peraturan mental) maupun dengan subjek yang tidak terlalu serius (mini vlog keseharian pegawai Kemenko Marves).

Mensosialisasikan ilmu pengetahuan kepada masyarakat luas memiliki tingkat kesulitan yang sama dengan membicarakan kebijakan pemerintah. Bahasa yang dianggap spesifik secara sempit, seperti bahasa hukum dan akademis, umumnya tidak dipahami dengan baik oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, tidak selalu mungkin untuk menjalankan berbagai hukum secara murni pada masyarakat umum karena kurangnya pemahaman antara mereka yang membuat hukum dan masyarakat yang menerimanya.

Dalam hal ini, media sosial muncul sebagai media komunikasi antara pihak yang membuat dan pihak yang menerima kebijakan. Hal ini terkait dengan temuan Liang dkk. (2014) yang menyatakan bahwa peningkatan penggunaan media digital memiliki efek yang sangat positif terhadap komunikasi langsung dan jurnalisme kontemporer. Dengan kata lain, media sosial telah menjadi ruang terbuka bagi beberapa disiplin ilmu, termasuk kebijakan publik, yang berfungsi sebagai forum diskusi, pembelajaran, dan terkadang sebagai alat penilaian.

1) Membagikan Informasi Formal melalui Media Sosial

Sumber daya manusia pemerintah memiliki tanggung jawab untuk mensosialisasikan berbagai kebijakan publik, termasuk kebijakan yang didasarkan pada Peraturan Pemerintah (PP) dan Surat Edaran (SE). Dalam praktik sumber daya manusia konvensional, kebijakan publik tersebut biasanya dibahas secara rinci melalui pertemuan formal, konferensi pers, atau disiarkan melalui televisi atau radio agar dapat dipahami oleh masyarakat luas. Dalam konteks humaniora digital, kegiatan sosialisasi dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial. Proses sosialisasinya sendiri cukup bervariasi, sesuai dengan karakteristik media sosial yang digunakan. Sebagai contoh,

dalam diskusi media sosial mengenai Penetapan Jam Kerja pada bulan Ramadan 2021, divisi Kemenko Marves menggunakan platform media sosial TikTok. Tidak pernah menjadi masalah sebelumnya jika media sosial yang berbasis video singkat dapat digunakan sebagai sumber informasi yang sah.

Namun, hal ini jelas dapat dicapai dengan menggunakan strategi yang tepat. Untuk mengakses konten, sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Chen dkk. (2021), masyarakat umum menemukan bahwa video yang panjang dan detail lebih disukai oleh masyarakat. Sebagai contoh, @kemenkomarves menggunakan tagar "#timmarves udah pada tau belum, aturan jam kerja ASN di bulan Ramadhan? Yap, cek selengkapnya bersama" untuk mengatakan isi dari konten yang ditambahkan secara langsung. Memanfaatkan judul seperti ini akan meningkatkan kemungkinan publik untuk melihat konten tersebut. Tercatat, jumlah penonton konten ini mencapai sekitar 1.000 penonton hanya dalam satu hari penerbitan.

Pendekatan baru ini memberikan cakupan yang sangat baik karena media sosial, dalam hal ini TikTok, sangat dekat dengan masyarakat umum. Artinya, informasi tersebut berpotensi menjangkau khalayak yang lebih luas. Selain itu, departemen sumber daya manusia dapat memanfaatkan media lain untuk mempromosikan akun TikTok tersebut dengan memanfaatkan Teori Literasi Media (1986) (Ishii et al., 2019). Hal ini juga telah dilakukan oleh divisi sumber daya manusia Kemenko Marves, yaitu membagikan konten TikTok yang relevan melalui Instagram dengan menggunakan fitur yang dikenal sebagai Instagram stories. Hasilnya, akun TikTok tersebut telah menarik lebih banyak penonton dan bahkan mungkin dapat memengaruhi publik dengan menjelaskan kondisi negara saat ini.

2) Meningkatkan Engagement melalui Media Sosial

Untuk memastikan bahwa pesan yang dimaksudkan untuk didistribusikan mendapat perhatian dari pembaca, pengirim harus menjalin hubungan dengan audiens yang dituju. Keterlibatan ini didasarkan pada strategi komunikasi dan media yang dipilih. Menurut Luarn dkk. (2016), media sosial memungkinkan adanya manajemen hubungan, yang dimaksudkan untuk melakukan pengembangan dan pemeliharaan hubungan komunikasi tertentu. Untuk dapat menciptakan keterlibatan, praktik pemerintah perlu memahami karakteristik media yang digunakan. Hal ini juga memperkuat model komunikasi Lasswell (1948) yang menyatakan bahwa media menjadi pertimbangan penting dalam berkomunikasi. TikTok, sebagai salah satu media sosial yang diteliti dalam penelitian ini, memiliki visi untuk mengedepankan kreativitas dan inovasi.

Oleh karena itu, jika pemerintah ingin menyebarkan informasi melalui platform ini, format kontennya harus mengikuti karakteristik video TikTok, yaitu ringkas, menggunakan warna yang jernih, tajam, dan gelap. Hal ini telah dibahas oleh penulis Kemenko Marves, yang telah melakukan beberapa kali konversi format video sebagai bagian dari proses penjajakan TikTok. Melalui percobaan ini, ditemukan bahwa konten serius yang dibuat dengan cara yang lugas, seperti konten animasi, sering kali hanya dapat menarik sedikit perhatian dari pemirsa di TikTok. Sebaliknya, konten yang dilengkapi dengan musik dan video informasi di TikTok terbukti lebih banyak ditonton oleh masyarakat umum.

Tidak jarang beberapa konten yang tampaknya menyesatkan, seperti yang satu ini, diungkapkan dengan cara yang tidak spesifik oleh individu sebagai indikasi pertama bahwa keterlibatan telah mencapai kesimpulannya. Oleh karena itu, semua jenis informasi, baik resmi maupun tidak resmi, yang ingin dibagikan di TikTok harus dipertimbangkan dengan matang agar dapat diakui dan mendorong partisipasi dari masyarakat umum. Situasi ini kemudian sejalan dengan apa yang digambarkan oleh Postman (1986) sebagai budaya populer yang diekspos oleh media sosial.

Dalam hal ini, TikTok berperan sebagai panduan untuk mengekspresikan sebuah konsep atau informasi melalui alat bantu visual, yang dapat meningkatkan kesadaran akan isu yang sedang terjadi (Straubhaar et al., 2012). Moore (2006) menyatakan bahwa hal ini juga dilihat sebagai ekspresi dari esensi sebenarnya dari suatu hal. Media sosial membuat komunikasi menjadi lebih mudah dan komprehensif, tetapi terkadang juga menjadi penghalang yang menghalangi beberapa orang untuk menggunakannya dengan tujuan untuk memberikan informasi dan klarifikasi (Lloyd & Toogood, 2015).

3) Mendengarkan Opini Publik melalui Media Sosial

Astrid Soesanto menyatakan dalam Tabroni bahwa opini publik adalah konsep umum yang ditentukan oleh teori komunikasi, yaitu bentuk pengelompokan sosial yang bersifat kolektif dan sementara. Seni publik menyoroti kelompok-kelompok manusia yang secara spontan berkumpul bersama (Tabroni, 2012 dalam Indrawan, 2017). Fungsi manusiawi lain yang dapat dilakukan oleh media sosial adalah mempengaruhi opini publik. Jika dibandingkan dengan media konvensional lainnya, media sosial, atau media interaktif, memiliki kelebihan dalam memungkinkan opini publik untuk diekspresikan secara cepat secara online.

Opini publik, baik positif maupun negatif, terbentuk dari komentar dan opini yang ada di media sosial. Dalam media sosial TikTok, opini publik diekspresikan melalui kolom komentar yang dapat dimoderasi oleh siapa saja yang memiliki akun TikTok. Opini publik

tidak hanya muncul dari konten yang dibuat oleh sebuah organisasi, tetapi juga bisa muncul dari konten organisasi lain yang memiliki keterkaitan dengan organisasi tersebut. Hal ini memungkinkan terjadinya kekeliruan pemahaman, berita hoaks, bahkan peretasan akun media sosial (hijacking). Memfasilitasi penyebaran informasi yang disediakan oleh media sosial, terutama informasi yang mengandung hoaks atau kebohongan, dapat berkontribusi pada slacktivism. Slacktivism adalah praktik yang memajukan tujuan sosial-politik tertentu melalui aktivitas online, dengan membatasi jumlah waktu atau komitmen yang diperlukan untuk berpartisipasi seminimal mungkin.

Hal ini dapat dilakukan, misalnya, dengan mengekspresikan empati, menunjukkan dukungan, menyatakan ketidaksetujuan, dan sebagainya (Mozorov, 2009). Sebagai metode mitigasi, divisi humas idealnya melibatkan aktivisme media sosial, seperti membuat akun media sosial untuk melakukan pengecekan secara berkala terkait isu-isu yang berkaitan dengan kontroversi yang meningkat di media sosial (Meranti, 2018). Divisi humas juga perlu membagikan kegiatan organisasi yang bersinggungan dengan kepentingan publik sebagai bentuk transparansi untuk menciptakan ekosistem opini yang positif (Graham et al., 2013; Hasnawati & Salamah, 2017).

Hal ini juga telah dilakukan oleh Divisi Sumber Daya Manusia Kementerian Pendidikan, di mana mereka telah menyusun daftar semua kegiatan yang dilakukan, termasuk yang dilakukan oleh Koordinator, kegiatan kantor, dan proyek-proyek yang sedang dijalankan oleh Kementerian, terutama untuk semua topik yang berkaitan dengan masyarakat setempat. Meskipun hal ini sudah dilakukan, tetap saja tidak dapat menghilangkan komentar negatif sebagai akibat dari sifat keterbukaan yang dimiliki oleh platform media sosial, seperti TikTok. Penulisan konten yang masuk akal dengan nada yang lembut juga sering kali menghasilkan komentar yang tidak pantas.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, serupa dengan media sosial lainnya, efek dualisme penggunaan TikTok dalam praktik pemerintahan terlihat jelas dalam dua hal yang terus berkembang namun selalu berkaitan, yaitu peningkatan jumlah pengaduan dari pemirsa dan penurunan kualitas pengaduan yang dilaporkan. TikTok adalah platform media sosial yang menampilkan video pendek dengan konten humor. TikTok dapat digunakan untuk mengolok-olok pernyataan pemerintah yang serius, tetapi juga dapat membuat pernyataan tersebut lebih mudah didekati dan dipahami oleh masyarakat umum.

Sebagai contoh, TikTok juga dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi publik dengan organisasi (seperti departemen) dan juga dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur opini publik, baik positif maupun negatif. Dengan berbagai tantangan dan

peluang yang dihadirkan oleh era digital, para praktisi pemerintah perlu memahami strategi sumber daya manusia digital secara menyeluruh untuk menyediakan konten digital yang menarik dan bermakna bagi masyarakat luas. Memanfaatkan konten dalam format video khas TikTok yang singkat, ringan, dan menarik merupakan strategi yang tepat untuk mempromosikan konten melalui platform media sosial. Sederhananya, hal ini meruntuhkan teknologi deterministik, di mana teknologi digital (media sosial) membentuk preferensi manusia yang menggunakannya, baik sebagai konsumen (masyarakat umum) atau sebagai pemasok barang.

Fokus penelitian ini sebagian besar adalah pada pengamatan yang dilakukan oleh para peneliti pada enam bulan pertama akun TikTok milik subjek, yang merupakan akun resmi dari Kementerian Pendidikan. Hal ini mengindikasikan kemungkinan bahwa akun tersebut hanya sedang dalam proses mencari format konten yang sesuai untuk melakukan pencarian. Terkait hal ini, para peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan akun TikTok dari seorang pejabat pemerintah yang telah melalui pemeriksaan menyeluruh melalui pengamatan diam-diam di area tersebut. Penelitian dapat dilakukan secara efektif dengan menggunakan survei, focus group, atau focus group discussion (FGD) dengan dua partisipan penelitian yang terlibat dalam proses penelitian, yaitu peneliti (masyarakat) dan peneliti (pemerintah). Hal ini dilakukan dengan maksud untuk dapat memahami realitas secara lebih menyeluruh dengan memanfaatkan data sekunder terkait penggunaan platform media sosial seperti TikTok dan dampaknya terhadap pelaksanaan praktik humasan di sektor publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, Angella. dkk. 2022. Opini Publik Netizen terhadap Pencemaran Nama Baik di Media Online. *Koneksi*. Vol. 6, No. 2.
- Ahmad, Amar dan Nurhidaya. 2020. Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. VOL. 08 NO. 02.
- Aisah. dkk. 2023. Manfaat Media Sosial Pada UMKM Apem Singkong Keju Pak Gede. *Jurnal Ilmiah Multidisplin*. Volume 1, Nomor 5.
- Alhamdi, Ridho. 2020. *Paradigma Politik Muhammadiyah*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Alicia, Febi. dkk. 2022. Peran Tiktok Di zaman Milenial Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 2 No.2.

- Anas, Azwar. dkk. 2023. Analisis Perbandingan Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok Dan Bigo Live Terhadap Perilaku Kenakalan Remaja Pada Aspek Pornografi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*. Volume 3 Nomor 4.
- Anggeraja, Rakhmat Amir. dkk. 2022. MANFAAT TIKTOK SEBAGAI MEDIA DALAM LAYANAN BIMBINGAN KONSELING. *Jurnal Ilmiah BK*. Volume 5 dan No3
- Ansyari, Akhmad dan Mirannisa. 2022. PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP MINAT BELAJAR SISWA MA MIFTAHUL ISHLAH TEMBELOK. *Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan*. Volume 4, Nomor 3.
- Bahri, Almaidah. dkk. 2022. Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris di Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. Vol. 3 No. 1.
- Creswell, John W & J. David Creswell. 2018. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. SAGE Publications, Inc.
- Ferniansyah, Amalia. dkk. 2021. PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KREATIVITAS BERPIKIR GENERASI Z. *Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol. 6, No. 9.
- Hendryadi, Trichayadinata, I., & Zannati, R. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Maharani, Dewi. dkk. 2021. Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*. Vol 1 No. 1.
- Muqoffa, Ainaya Nazilatul Fathinia. dkk. 2022. MANFAATSOSIAL MEDIA DALAM E-GOVERNMENT DI INDONESIA. *Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan dan Humaniora*. Vol 1No. 3.
- Prayogi, Arditya. 2021. Pendekatan Kualitatif dalam Ilmu Sejarah: Sebuah Telaah Konseptual. *Historia Madania* . Volume5(2).
- Rafiq, A. 2020. DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT. *Global Komunika*. Vol. 1 No. 1.
- Wiguna, Alivermana. dkk. 2018. PERAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA SMK NEGERI 3 SAMPIT. *Jurnal Paedagogie*. Vol.6, No.2.
- Zahroh, Fatiha Nur. 2023. PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK TOK TERHADAP GAYA KOMUNIKASI SISWA MI SALAFIYAH BAREK PUCANGANOM KEBONSARI MADIUN. Skripsi. *Tidak Diterbitkan*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.