



STRATEGI KEMAS ULANG INFORMASI MELALUI MEDIA TIKTOK PADA AKUN @gabriellagata_

Tarisa Andrianti¹, Abdul Karim Batubara², Abdi Mubarak Syam³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Article history:

Received Februari 2024

Revised Februari 2024

Accepted Februari 2024

Available online Februari 2024



This is an open access article
under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author.

Published by Triwikrama

tarissa.andrianti26@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi akun Tiktok @gabriellagata_ dalam mengemas ulang informasi melalui media Tiktok dan kendala – kendala yang dihadapi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data ini adalah wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data melalui tiga tahapan yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses yang dilakukan pada saat kegiatan kemas ulang informasi yaitu, *Pertama*, menentukan target penonton dan waktu perencanaan (*time schedule*). *Kedua*, mencari kebutuhan informasi pengguna. *Ketiga*, memilih dan menyeleksi informasi. *Keempat*, menganalisis. *Kelima*, Produksi. Kendala – kendala dalam mengemas ulang informasi melalui media Tiktok, *Pertama*, pencarian dan pengumpulan sumber – sumber informasi yang akan dijadikan untuk bahan materi pembuatan konten. *Kedua*, minat penonton terhadap video informasi yang lumayan susah untuk dicegah.

Kata Kunci : *Kemas Ulang Informasi, Sosial Media, Sumber Informasi*

ABSTRACT

This study aims to determine the strategy of the Tiktok account @gabriellagata_ in repackaging information through Tiktok media and the obstacles faced. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. This data collection technique is in-depth interviews, observation and documentation. While the data analysis technique goes through three stages, namely, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this study indicate that the process carried out during information repackaging activities is, First, determining the target audience and planning time (*time schedule*). Second, looking for user information needs. Third, choosing and selecting information. Fourth, analyze. Fifth,



Production. Obstacles in repackaging information through Tiktok media. First, finding and gathering sources of information that will be used as material for content creation. Second, the audience's interest in video information is quite difficult to prevent.

Keywords: *Information Repackaging, Social Media, Information Sources*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, tuntutan untuk memenuhi kebutuhan informasi semakin meningkat. Baik yang berprofesi sebagai pendidik, pelajar maupun masyarakat biasa lainnya. Informasi saat ini bisa dicari dimana saja seperti pada perpustakaan, media sosial, televisi, maupun melalui pencarian internet. Tetapi sekarang ini media sosial lebih banyak digandrungi oleh masyarakat, selain untuk media komunikasi, di media sosial juga terdapat berbagai informasi yang bermanfaat bagi masyarakat terutama pelajar. Menurut survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) yang menunjukkan 76% responden, bahwasannya masyarakat Indonesia cenderung memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi yang paling mudah diakses (Puspasari, 2020).

Media informasi yang penyebaran dan perkembangannya sangat cepat di Indonesia sendiri maupun di seluruh dunia salah satunya yaitu media tiktok. Tiktok yang berpusat di Beijing dikenal *Bytedance*, telah tumbuh secara cepat di Indonesia. Per 26 Februari 2021, Google Play Indonesia mencatat terdapat 9.031.265 pengunduh, sedangkan pada akun resmi Tiktok @tiktokofficialindonesia kurang lebih memiliki 3 juta pengikut.

Menurut *selular.id*, dengan total unduhan 8,5% pada Juli 2020, Indonesia memperkuat posisi sebagai Negara pengguna tiktok terbesar keempat di dunia dengan sekitar 30,7 juta pengguna. Sekitar 49% remaja mengaku menggunakan platform tiktok. Tiktok digunakan 2 juta lebih banyak perempuan (8,2 juta) usia 18-24 tahun (diadopsi 14,9%) jika dibandingkan dengan pria (6,1 juta) di Amerika Serikat. Tiktok menjadi sangat populer di antara Gen Z dan milenial (Irwansyah, 2021).

Menurut *selular.id*, dengan total unduhan 8,5% pada Juli 2020, Indonesia memperkuat posisi sebagai Negara pengguna tiktok terbesar keempat di dunia dengan sekitar 30,7 juta pengguna. Sekitar 49% remaja mengaku menggunakan platform tiktok. Tiktok digunakan 2 juta lebih banyak perempuan (8,2 juta) usia 18-24 tahun (diadopsi 14,9%) jika dibandingkan dengan pria (6,1 juta) di Amerika Serikat. Tiktok menjadi sangat populer di antara Gen Z dan milenial (Irwansyah, 2021).



Salah satu dari sekian banyak akun di tiktok yang menyebarkan video *informative* yaitu akun tiktok @gabriellagata_. Gabriella Agata merupakan seorang *content creator* yang menyebarkan *content* seputar informasi pengetahuan umum, seperti sejarah, politik, ekonomi, *fun fact*, keagamaan dan sebagainya. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan pada akun tiktok @gabriellagata_ mengenai *content-content* yang dibuat oleh informan sangat beragam, misalnya pada *content* informasi mengenai agama yang salah satu videonya berjudul “#MaTa: Negara Mana yang Menjalankan Puasa Ramadhan Terlama?”. Dalam video tersebut informan menjelaskan Negara-negara mana saja yang memiliki waktu terlama dalam menjalankan puasa pada bulan ramadhan, informan juga menjelaskan mengapa setiap Negara memiliki waktu yang berbeda-beda dalam menjalankan puasa ramadhan.

Selain itu akun tiktok @gabriellagata_ juga meletakkan sumber yang jelas disetiap video yang di *upload* pada akun tiktok miliknya, dalam artian akun @gabriellagata_ mengemas ulang informasi yang didapatkan melalui Google menjadi sebuah video pendek yang berdurasi 15-30 detik untuk menarik siswa, mahasiswa, masyarakat umum agar melihat video informasi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang peneliti lakukan kepada pemilik akun @gabriellagata_ yaitu Gabriella Agata, beliau menjelaskan bahwa sebelum memulai menjadi *content creator*, pemilik akun @gabriellagata_ sempat bekerja menjadi reporter dan juga presenter di BeritaSatu Media. Setelah itu memutuskan berhenti dan mencoba menjadi *content creator* di tiktok yang dimulai sekitar Agustus 2020, dan sampai saat ini Juni 2022 sudah terdapat ± 400 *content* edukasi. Sebenarnya tujuan awal membuat video edukasi ini adalah untuk mengedukasi anak-anak muda, siswa, mahasiswa, serta masyarakat umum lainnya, yang *content* awalnya terkait dengan politik dan ekonomi. Tetapi seiring berjalannya waktu mulai dikembangkan materinya menjadi seputar sains, pengetahuan umum, sejarah, fakta unik (*fun fact*) dan lain sebagainya.

Kegiatan kemas ulang informasi ini merupakan salah satu kegiatan yang menganalisis suatu informasi yang nantinya akan disajikan ke dalam bentuk yang lebih cocok dan mudah dimengerti oleh masyarakat. Suatu informasi dapat dikatakan berguna apabila mampu member nilai pengetahuan bagi pemakainya, dan kemas ulang merupakan kegiatan sekaligus layanan informasi yang dapat memberikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk yang berbeda dan mudah diterima (Alfiana, 2020). Tidak terkecuali media sosial Tiktok yang menjadi salah satu tempat media penyebaran informasi.

Dalam menyebarkan informasi, pemilik akun tiktok @gabriellagata_ perlu memperhatikan beberapa hal. Seperti yang dikatakan Ugwuogu dalam (Nashihuddin, 2021) yaitu di antara perpustakaan harus memperhatikan proses



format ulang dan sintesis informasi mentah, penyediaan layanan konsultasi oleh spesialis informasi, dan program pelatihan untuk pengembangan keterampilan pemustaka dalam pengemasan informasi. Selain itu, perpustakaan pun harus memperhatikan teknik analisis informasi mentah, memperhatikan kecermatan dalam penerjemahan bahasa asli informasi ke bahasa lokal (lisan), komunikasi tim pembuat kemasan (diskusi), dan penggunaan alat/teknologi pengemasan ulang informasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi yang dilakukan oleh akun Tiktok @gabriellagatta_ dalam menyebarkan informasi. Maka dari itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **"Strategi Kemas Ulang Informasi Melalui Media Tiktok Pada Akun @gabriellagatta_"**.

KAJIAN TEORI

Sejarah Media

McLuhan menyatakan bahwa media merupakan inti dari peradaban manusia. Media mendominasi masyarakat untuk menentukan dasar organisasi sosial manusia dan kehidupan kolektifnya. McLuhan juga menjelaskan penelitiannya mengenai sejarah perkembangan manusia sebagai masyarakat dengan mengidentifikasi teknologi media yang memiliki peran penting dan sangat mendominasi kehidupan manusia dari waktu ke waktu (Prasetyo, 2020). McLuhan bersama quentin Fiore juga menyebutkan bahwa terdapat empat era atau zaman dalam sejarah media, yaitu Kesukuan (*Tribal*), Tulisan (*Literate*), Cetak (*Print*), dan Elektronik (Ahmadi, 2020).

Pada era elektronik sangat memungkinkan bagi komunitas yang berbeda untuk saling berhubungan atau dapat berhubungan satu sama lainnya dan menjadi konsep dari *global village*. Kehadiran teknologi elektronik saat ini telah menghilangkan sekat atau dinding pemisah diantara manusia untuk saling berkomunikasi tanpa harus bertatap muka, karena sebelumnya hal ini terjadi pada era tulisan (*literate*) dan era cetak. Seiring dengan perkembangan teknologi dalam era elektronik, media pun perlahan berubah dari media lama (*old media*) menjadi media baru (*new media*) (Ahmadi, 2020).

Sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari media berfungsi sebagai bentuk-bentuk komunikasi yang umum digunakan, misalnya pada surat kabar, radio, televisi dan internet. Media adalah partisipan yang bebas dari keterbatasan ruang dan waktu, yang menyediakan berbagai konteks dan menciptakan ruang publik (*public sphere*) yang mampu melayani kepentingan-kepentingan informasi (Batubara, 2012).



Pengertian New Media

New media merupakan media yang menawarkan *digitisation*, *convergence*, *interactivity*, dan *development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari *new media* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media (Watie, 2011).

Menurut R Cahyo Prabowo dalam modul perkuliahan yang dikutip oleh (Jamilah, 2016) mengenai media baru/*new media*/media online adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada khalayak.

Qourtrup dalam (Karman, 2014) menyimpulkan bahwa teori media—medium tidak bisa sesuai dengan kasus media digital baru karena tidak terbatasnya jumlah fitur. Media baru dibentuk oleh kompleksitas dan fungsi dasarnya adalah untuk mengatur kompleksitas sosial. Istilah “teori kompleksitas”, yang diletakkan antara perintah—*order* (teori sistem) dan teori kekacauan—*chaos* dirasa tepat untuk digunakan. McQuail membuat perumusan yang lebih jelas mengenai dimensi-dimensi atau variabel-variabel yang dapat membedakan media “lama” dan “baru”, dilihat dari perspektif pengguna sebagai individu.

Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial menjadi salah satu bentuk dari *new media* yang populer digunakan pada saat ini, adapun jenis-jenis media sosial yang telah dijabarkan oleh (Tongkotow Liedfray, 2022) sebagai berikut:

- a. Aplikasi media sosial berbagi video (*Video Sharing*). Aplikasi berbagi video tentu sangat efektif untuk menyebarkan beragam informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Terdapat beberapa aplikasi yang cukup terkenal yaitu *YouTube*, *Vimeo*, *DailyMotion* dan *Tiktok*.
- b. Aplikasi media sosial mikroblog. Aplikasi ini tergolong tidak sulit saat digunakan, diantara media sosial lainnya. Pemakai dari aplikasi ini tidak perlu menggunakan telepon pintar, cukup dengan menginstal aplikasinya dengan menggunakan jaringan internet. Saat ini di Indonesia aplikasi ini menjadi yang paling terkenal setelah *Facebook* yaitu aplikasi *Twitter* dan *Tumblr*.



- c. Aplikasi media sosial berbagi jaringan sosial. Aplikasi golongan ini yang terkenal dan banyak penggunaannya di Indonesia yaitu *Facebook*, *Google+*, serta *Path*.
- d. Aplikasi berbagi jaringan professional. Para pengguna aplikasi berbagi jaringan professional umumnya terdiri dari kalangan akademi, mahasiswa para peneliti, pegawai, dan pengamat. Sejumlah aplikasi jaringan professional yang cukup populer saat ini antara lain *LinkedIn*, *Scribd* dan *Slideshare*.
- e. Aplikasi berbagi foto. Aplikasi ini banyak menyebarkan materi komunikasi sosial yang lebih santai dengan menyesuaikan karakter aplikasi ini. Beberapa aplikasi yang cukup populer di Indonesia yaitu *Pinterest*, *Picasa*, *Flickr* dan *Instagram*.

Media Tiktok

Media sosial tiktok adalah media yang berupa audio visual, media ini sebuah media sosial yang dapat dilihat juga dapat didengar (Maharani, 2020). TikTok merupakan media sosial yang memberikan kesempatan belajar yang efektif untuk membantu proses belajar mengajar. Gupta dan Bashir menyatakan bahwa ada empat tujuan utama penggunaan aplikasi media sosial, yaitu hiburan, sosialisasi, informasi, dan akademik. Tiktok digunakan sebagai media pembelajaran berdasarkan jumlah pengguna, fitur yang lengkap, dan konten yang beragam. Lebih lanjut, dari sudut pandang pendidikan, secara umum media sosial dapat dilihat sebagai alat pendidikan sederhana, dibuat untuk berbagi berbagai jenis konten media di antara pengguna, dengan menawarkan berbagai fungsi untuk memfasilitasi komunikasi, seperti pesan teks, pesan multimedia, pembuatan akun pengguna, dan akses untuk membuat grup (Rinto Alexandro, 2022).

Seperti yang dijelaskan oleh (Winarso, 2021), Tiktok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dan platform *video music* dimana pengguna dapat dengan mudah membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek lengkap dengan filter dan disertai musik sebagai pendukung. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat membuat video pendek yang unik dengan cepat dan juga mudah untuk dibagikan dengan teman dan ke seluruh dunia.

Pengertian Informasi

Di era globalisasi saat ini perkembangan informasi sangat mudah diperoleh, karena sumber ini memberikan peluang untuk memberikan pelayanan informasi yang tingkatnya global. Dengan terbukanya informasi pada tingkat global seperti sekarang ini, seseorang dengan sangat mudah mendapatkan informasi dari penyedia jasa informasi (Hartono, 2016).



Menurut (Sutanta, 2019), Informasi merupakan hasil pengolahan data sehingga menjadi bentuk yang penting bagi penerimanya dan mempunyai kegunaan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang dapat dirasakan akibatnya secara langsung saat itu juga atau secara tidak langsung pada saat mendatang.

Fungsi Informasi

(Sutanta, 2019) menjelaskan bahwa suatu informasi dapat mempunyai beberapa fungsi, antara lain:

a. Menambah pengetahuan.

Adanya informasi akan menambah pengetahuan bagi penerimanya yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang mendukung proses pengambilan keputusan.

b. Mengurangi ketidakpastian.

Adanya informasi akan mengurangi ketidakpastian karena apa yang akan terjadi dapat diketahui sebelumnya, sehingga dapat menghindari keraguan pada saat pengambilan keputusan.

c. Mengurangi resiko kegagalan.

Adanya informasi akan mengurangi resiko kegagalan karena apa yang akan terjadi dapat diantisipasi dengan baik, sehingga kemungkinan terjadi akan berkurang sesuai keputusan yang tepat.

d. Mengurangi keanekaragaman yang tidak diperlukan.

Adanya informasi akan mengurangi keanekaragaman yang tidak diperlukan, karena keputusan yang diambil lebih terarah.

Memberi standar, aturan, ukuran, dan keputusan yang menentukan pencapaian sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan secara lebih baik berdasar informasi yang yang diperoleh.

Ciri-Ciri Informasi

Informasi yang baik adalah informasi yang memiliki ciri-ciri yang berkualitas, McLeod dalam (Fauzi, 2013) menjelaskan beberapa ciri-ciri informasi berkualitas, yaitu:

a) Akurat, informasi yang dikatakan akurat harus mencerminkan keadaan yang sebenarnya.

b) Tepat waktu, informasi itu harus tersedia saat informasi itu sendiri diperlukan, tidak besok atau tidak beberapa jam lagi.

c) Relevan, informasi yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan.



- d) Lengkap, informasi yang diberikan harus lengkap sesuai yang dibutuhkan.

Pengertian Kemas Ulang Informasi

Menurut (Fatmawati, 2009), Kemas ulang informasi dalam bahasa Inggris adalah *Repackaging Information*. Istilah lain kemas ulang informasi adalah pengemasan informasi. Beberapa literatur mengungkapkan bahwa pengemasan tidak hanya terbatas pada informasi namun juga pada dokumentasinya. Pada prosesnya, kemas ulang informasi mencakup kegiatan sebelum proses (*reprocessing*) dan pada saat pengemasan (*packaging*). Kualitas pengemasan tidak dilihat pada peningkatan nilai isi informasinya, melainkan pada sisi pemanfaatannya.

Menurut UNESCO, pengemasan ulang informasi mengacu pada penyajian informasi dalam bentuk yang lebih dapat dipahami, diandalkan, diterima dan dapat digunakan. Misalnya pada akademisi/peneliti, biasanya membutuhkan informasi untuk melakukan penelitian (Okoroma, 2014).

Fungsi dan Tujuan Kemas Ulang Informasi

Menurut Agada, tujuan kemas ulang informasi adalah untuk menempatkan, menemukan kembali, mengevaluasi, menginterpretasikan dan mengemas informasi tentang subjek tertentu dalam rangka efektifitas dan efisiensi waktu, tenaga, biaya yang semua diperuntukkan bagi pengguna. Dari berbagai literatur, tujuan kemas ulang informasi dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Memudahkan untuk memperoleh dan mendapatkan informasi.
- 2) Mempercepat penelusuran dan penemuan kembali informasi.
- 3) Mengevaluasi dan memberikan penafsiran seberapa jauh tingkat pemanfaatannya.
- 4) Memberikan kepuasan kepada pengguna.
- 5) Mengawetkan koleksi, khususnya jika dikemas dari bentuk tercetak ke bentuk digital.

Adapun fungsi kegiatan kemas ulang informasi, antara lain:

- 1) Memudahkan pengguna dalam memilih informasi.
- 2) Menghemat waktu, tenaga, dan biaya.
- 3) Sarana penyebaran informasi yang efektif dan efisien.
- 4) Sebagai alat penerjemah terhadap suatu hal dengan cepat.
- 5) Mempercepat proses aplikasi hasil penelitian.
- 6) Menyediakan informasi secara cepat dalam memenuhi kebutuhan pengguna. (Fatmawati, 2009)

Proses Kemas Ulang Informasi



Proses pengemasan ulang informasi tergantung pada ketersediaan bahan yang terdapat dari lembaga penelitian, sumber, internet dan pengetahuan lainnya. Meskipun tidak menarik dan sulit diakses, tetapi informasi sangat penting di kemas ulang. Pengemasan ulang informasi juga dapat dilihat sebagai bagian dari proses untuk menyatukan informasi satu dengan informasi lainnya. Proses ini dimulai dengan pemilihan informasi dan menilai informasi tersebut, setelah itu menulis ulang informasi agar dapat berubah bentuk menjadi kemasan yang lebih baru (Iwhiwhu, 2008).

Strategi Kemas Ulang Informasi

Menurut Tassel and Lisa, konten informasi, seperti lagu, skenario, buku, video, kertas putih, merupakan material awal yang perlu dikemas ulang agar menarik. Konten informasi tersebut perlu dikemas lebih kreatif agar menjadi suatu produk informasi yang berfungsi sebagai properti. Jika produk kreatif tersebut akan dikomersialkan, produk tersebut dikemas ulang yang lebih menarik (Tupan, 2015).

Literasi Media

Literasi media berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari 2 suku kata yaitu *Media* dan *Literacy*. *Media* merupakan tempat untuk bertukaran pesan, sedangkan *Literacy* adalah melek. Literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan isi pesan media. Kemampuan ini bertujuan agar individu terus meningkat secara sengaja atau melek tentang bagaimana mereka akan melakukannya dan menjadikan media tersebut mudah diakses (Ginting, 2020).

Menurut Devito dalam (Purwaningtyas, 2018) bahwa literasi media merupakan kemampuan untuk memahami, menganalisis, mengakses dan memproduksi pesan komunikasi massa, serta sebuah bentuk pemberdayaan (*empowerment*) agar konsumen bisa mudah menggunakan media dengan lebih cerdas, sehat dan aman.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk mengungkapkan dan mendeskripsikan strategi yang digunakan oleh subyek penelitian dalam kemas ulang informasi secara keseluruhan. Menurut Creswell, metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengetahui gejala sentral tersebut, peneliti mewawancarai peserta penelitian atau *partisipan* dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas (Raco, 2010).



Informan Penelitian

Adapun yang akan menjadi informan pada penelitian ini adalah Gabriella Agata, seorang *content creator* dengan akun Tiktok @gabriellagata_. Alasan penulis kenapa memilih akun @gabriellagata_ karna akun tersebut sudah *terverifikasi* dengan jumlah pengikut di Tiktok sekitar 604,5 ribu.

Sumber Data Penelitian

Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yaitu dikumpulkan dari hasil observasi dan wawancara kepada pemilik dari akun tiktok @gabriellagata_ yaitu Gabriella Agata. Sedangkan untuk sumber data sekunder yaitu didapatkan dari dokumen-dokumen seperti buku, jurnal, artikel, bahan-bahan literature mengenai kemas ulang informasi dan permasalahan lainnya yang berkaitan.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi merupakan bagian dari pengumpulan data yang didapat secara langsung dari lapangan. Observasi yang dilakukan peneliti memakan waktu kurang lebih 4 bulan, peneliti mengamati *content* yang di *upload* oleh akun media tiktok @gabriellagata_ serta mengamati beragam komentar dan mencari informasi mengenai subjek penelitian.

Wawancara merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih dimana pertanyaan diajukan oleh seseorang yang berperan sebagai pewawancara. Wawancara terhadap informan dilakukan dengan tujuan penggalian informasi tentang fokus penelitian (Syahrur, 2012).

Menurut Guba & Lincoln dalam buku (Nugrahani, 2014), yang dimaksud dokumen dalam penelitian adalah setiap bahan tertulis ataupun film yang dapat digunakan sebagai pendukung bukti penelitian. Dokumen yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah video informasi yang ada pada akun Tiktok @gabriellagata_, foto ketika wawancara berlangsung dan rekaman suara wawancara.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah data tersebut dikumpulkan maka dilakukan analisis data melalui tiga tahapan yaitu Reduksi data, penyajian atau pemaparan data, dan menarik kesimpulan (*Verification*). Ketiga tahapan tersebut dijelaskan oleh (Sugiyono, 2017) sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)



Reduksi data adalah suatu proses merangkum, memilih hal hal yang penting, memfokuskan pada suatu hal yang pokok serta mencari tema dan polanya sehingga data yang telah direduksi lebih jelas dan peneliti lebih mudah untuk pengumpulan data selanjutnya. Pada tahap ini, penulis mencoba untuk mengumpulkan data sementara yang didapat melalui observasi dan pengamatan. Lalu setelah itu merangkumnya sampai mendapatkan hal-hal yang penting sesuai permasalahan yang ada.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, bentuk penyajian datanya bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data yang telah di reduksi. Melalui penyajian data tersebut, maka penulis menyusun dalam bentuk teks naratif sehingga semakin mudah untuk dipahami dan kemungkinan memudahkan penarikan kesimpulan dan pengambilan data selanjutnya.

3. *Conclusion drawing/verification* (Penarikan kesimpulan)

Setelah data di reduksi dan di *display*, maka langkah selanjutnya adalah tahapan penarikan kesimpulan atau *verification*. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan yang baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum dapat dipahami sehingga setelah diteliti menjadi jelas dan mudah dipahami. Selanjutnya penulis menarik kesimpulan berdasarkan data-data yang sudah didapatkan lalu dijabarkan dalam bentuk teks naratif.

Teknik Keabsahan Data

Seperti pendapat dari Licoln & Guba pada (Syahrur, 2012), untuk mencapai *trustworthiness* (kebenaran), digunakan beberapa teknik yang terkait dengan proses pengumpulan dan analisis data, antara lain :

1. *Kredibilitas* (Keterpercayaan)

Adapun usaha untuk membuat penelitian ini lebih terpercaya, proses, interpretasi dan temuannya maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi (*triangulation*) yaitu informasi yang diperoleh dari beberapa sumber yang diperiksa silang antara data wawancara dengan data pengamatan dan dokumen.

Penulis menggunakan teknik wawancara, yang nantinya data dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui mengenai proses serta kendala dalam melakukan kemas ulang informasi. Untuk memperkuat keabsahan data ini, penulis juga mencantumkan dokumentasi yang berbentuk foto dari produk kemas ulang yang ada pada akun tiktok @gabriellagata_.

2. *Transferability*



Transferability memperhatikan kecocokan arti fungsi unsur-unsur yang terkandung dalam fenomena studi dan fenomena lain di luar ruang lingkup studi. Cara yang biasa dilakukan untuk menjamin keteralihan (*transferability*) ini adalah dengan melakukan uraian rinci dari data ke teori atau dari satu kasus ke kasus lainnya, sehingga pembaca dapat menerapkannya dalam konteks yang hampir sama.

Hasil penelitian yang dilakukan pada akun tiktok @gabriellagata_ ini nantinya akan diterapkan di tempat lain yang memiliki kasus yang sama, yaitu strategi kemas ulang informasi melalui media tiktok.

3. *Dependability*

Pada uji *dependability* dilakukan dengan tujuan untuk memproses semua kegiatan selama penelitian berlangsung. Dimulai sejak dari proses pengumpulan data, analisis data lapangan hingga saat penyajian data laporan penelitian.

Dalam pengembangan keabsahan data dimulai dari pemilihan kasus dan fokus, melakukan observasi, pengembangan kerangka konseptual dan menarik kesimpulan dari apa yang dijelaskan oleh subjek penelitian. Selanjutnya konsultasi kepada pembimbing, dan juga memerlukan bukti penelitian seperti dokumentasi kegiatan dengan menggunakan rekaman selama wawancara berlangsung.

4. *Konfirmability*

Konfirmability sama dengan *Dependability* sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Keabsahan data dan laporan penelitian ini setiap kegiatan diharapkan konsultasi kepada pembimbing sejak dari pengembangan desain, menyusun ulang fokus, penentuan konteks dan narasumber, penetapan teknik, pengumpulan data, analisis data dan penyajian data penelitian.

PEMBAHASAN

Kebutuhan masyarakat dalam memperoleh informasi dengan cara mudah dan cepat membuat seseorang ingin menyampaikan informasi dari setiap pembaruan informasi dan berkembangnya teknologi informasi saat ini.

a. Proses - proses Kemas Ulang Informasi Melalui Media Tiktok Pada Akun @gabriellagata_

Seiring dengan berkembangnya zaman, teknologi saat ini menjadi bagian utama masyarakat untuk mencari dan menyampaikan suatu informasi. Suatu informasi yang akan disampaikan seseorang tidak luput dari pengalihan media dari bentuk fisik menjadi digital, atau disebut juga dengan kemas ulang informasi.

Menurut (Dongardive, 2013), Kemas ulang informasi adalah proses pengemasan ulang informasi dalam bentuk yang lebih sesuai dan bermanfaat bagi pengguna perpustakaan. Pengemasan ulang informasi dapat berupa bentuk digital atau media elektronik seperti CD, DVD, dll.



Sebagaimana pada teori diatas, dalam melakukan kemas ulang informasi terdapat proses – prosesnya sehingga bahan yang awalnya berbentuk cetak dikemas ulang menjadi berbentuk digital melalui beberapa proses dalam melakukan kemas ulang informasi. Adapun proses - proses yang dilakukan akun Tiktok @gabriellagata_ sebagai berikut:

1. Menentukan Target Penonton dan Waktu Perencanaan

Dalam menentukan target penonton harus dilakukan dengan sematang mungkin. Sebelumnya kita harus mengenali terlebih dahulu karakter dari pengguna dengan memperhatikan beberapa faktor, seperti faktor umur, jenis pekerjaan, latar belakang pendidikan, dan jabatan serta profesi yang disandangnya, agar dapat meningkatkan kepuasan pengguna dalam memenuhi kebutuhan informasinya (Erlianti, 2017).

Target sasaran awal yang ditentukan oleh akun Tiktok @gabriellagata_ yakni masyarakat umum, siswa dan mahasiswa. Tetapi dengan berjalannya waktu, target sasaran itu mulai berkembang untuk anak – anak yang lebih muda, seperti anak yang masih berada di taman kanak – kanak dan juga anak yang duduk dibangku sekolah dasar.

Setelah menentukan target penonton, selanjutnya adalah membuat penetapan jangka waktu (*time schedule*). Untuk mengerjakan suatu produk informasi, pustakawan perlu waktu untuk mengerjakan proyek tersebut yang diawali dengan mengidentifikasi sumber-sumber informasi yang relevan, kemudian menilai keabsahan data, keakuratan dan juga objektivitas sumber – sumber (Widyawan, 2014).

Time schedule yang ditetapkan oleh akun Tiktok @gabriellagata_ dibuat untuk waktu 1 minggu kedepan, yang berisi penentuan dan pemilihan beberapa topik. Topik - topiknya akan berubah sesuai dengan munculnya informasi yang sedang viral ditengah minggu. Selain itu, *time schedule* yang dibuat selanjutnya menganalisis atau meringkas topik tersebut, dan yang terakhir pembuatan video serta pengeditan yang membutuhkan waktu 1-2 jam.

2. Kebutuhan Informasi Pengguna

Belkin menyatakan bahwa kebutuhan informasi muncul ketika seseorang menyadari adanya kekurangan dalam hal pengetahuannya tentang berbagai macam topik dan situasi, serta berkeinginan untuk mengatasi kekurangan tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Krikelas bahwa kebutuhan informasi timbul ketika pengetahuan yang dimiliki seseorang kurang dari yang dibutuhkan, sehingga mendorong seseorang untuk mencari informasi (Alimin, 2012).

Menentukan kebutuhan informasi pengguna sangat sulit, karena informasi akan berubah dan berkembang seiring berjalannya waktu. Jadi, untuk mengetahui kebutuhan yang benar, tidak jarang team mendatangi pemohon dengan



mengadakan semacam wawancara referensi untuk mendapatkan kebutuhan informasi yang pengguna inginkan (Widyawan, 2014).

Dalam mencari kebutuhan informasi pengguna yakni ide yang didapat terinspirasi dari buku – buku yang sebelumnya pernah dibaca, atau dari berita yang sedang ramai diperbincangkan disosial media. Selain itu melakukan kegiatan tanya jawab kepada *followers* mengenai informasi yang diinginkan. Dengan mengidentifikasi kebutuhan informasi dan memahami dasar penelusuran telah mendapatkan dasar yang kuat untuk mengumpulkan, menyaring, memilah dan proses konsolidasi (Batubara, 2015).

Hal ini sejalan dengan pendapat dari (Ida Ayu Gede Aprapti, 2017) bahwa, untuk memahami kebutuhan informasi pemakai memerlukan kerja sama antara pengelola dan pemakai informasi. Menentukan kebutuhan informasi pemakai merupakan sesuatu yang rumit, bahkan pemakai merasa kesulitan untuk mengungkapkan dan mengidentifikasi kebutuhan mereka. Dalam menentukan kebutuhan informasi dapat dilakukan dengan mengidentifikasi dan mencatat kebutuhan informasi, memperhatikan kebutuhan pengguna akan informasi yang mutakhir, melakukan *interview*, dan lain sebagainya.

Kebutuhan pengguna dapat diketahui melalui wawancara dengan pengguna maupun pihak terkait, pengamatan langsung di lapangan, serta mempelajari laporan atau dokumen yang ada. Dengan mengetahui kebutuhan pengguna maka tujuan pengemasan informasi akan lebih tepat sasaran (Djamarin, 2016).

3. Memilih dan Menyeleksi Informasi

Kegiatan seleksi sumber informasi adalah “karya seni”, dibutuhkan kreatifitas dan imajinasi untuk menciptakan kegiatan seleksi ini. Kegiatan seleksi sumber informasi yg baik memerlukan pengetahuan, ketrampilan, dan alat bantu seleksi yang tepat untuk mewujudkan koleksi yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat pengguna yang dilayani (Prasetyawan, 2019).

Informasi dapat diperoleh dari berbagai sumber, antara lain perpustakaan, diskusi dengan pakar/ahli, dan internet. Namun, pengemas informasi perlu untuk memperhatikan sumber – sumber informasi tersebut. Pemilihan informasi penting untuk menjamin kebenaran informasi yang dikumpulkan, sumber informasi juga harus relevan (Djamarin, 2016).

Dalam memilih dan menyeleksi informasi, akun Tiktok @gabriellagata_ sangat selektif. Sumber - sumber informasi yang didapat harus akurat, relevan, serta lengkap. Biasanya sumber – sumber informasi tersebut didapat dari buku, jurnal dan juga berita. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan oleh (Widyawan, 2014) dalam tulisannya yaitu, informasi bersifat subjektif, faktual, analitik, formal dan informal tergantung cara penyajian informasi tersebut sebagai berikut:



a. Faktual vs Analitik

Informasi faktual singkat dan menjawab pertanyaan dengan spesifik. Sumber informasi faktual berasal dari ensiklopedia, statistic, atau almanak. Selanjutnya informasi analitik menganalisis dan menerjemahkan fakta dari suatu pendapat atau kesimpulan. sumber informasi analitik berasal dari buku dan artikel.

b. Objektif vs Subjektif

Informasi objektif dan tidak memihak, seperti tulisan wartawan yang melaporkan fakta suatu kejadian. Ensiklopedia dan sumber referensi lainnya menyediakan informasi yang objektif. Selanjutnya informasi subjektif terdapat pada pendapat seseorang, asumsi, kepercayaan, gunjingan, kecurigaan bukan kebenaran. Surat kabar termasuk dalam informasi subjektif.

c. Informasi Formal vs Informal

Jenis informasi formal disajikan secara terstruktur dan konsisten. Seperti pada surat dinas, tulisan bahan penelitian dan lainnya. sementara informasi informal ini kurang terstruktur yang ditularkan oleh organisasi atau individu yang saling mengenal dan tergolong tidak resmi. Seperti dalam perbincangan sehari-hari atau pesan teks.

Dari informasi yang telah diperoleh informan akan dikemas dalam bentuk video dan disebarluaskan melalui sosial media, namun untuk terhindar dari informasi ganda perlu adanya penyeleksian pada database komputer.

4. Menganalisis

Analisis merupakan proses memilah topik rumit menjadi ke bagian-bagian lebih kecil agar lebih mudah dipahami. Analisis informasi sendiri didefinisikan sebagai proses memilah batang tubuh informasi ke dalam unsur-unsur berbasis relevansi dalam tugas maupun masalah (Widyawan, 2014).

Menurut (Dongardive, 2013), Analisis informasi merupakan strategi kemas ulang informasi yang paling berguna, karena memberikan keuntungan dalam menyajikan bahan bacaan yang panjang dan memakan waktu dapat dipersingkat, materi yang diproduksi dengan buruk dapat disingkirkan, dan dapat memberikan informasi menarik yang baru dengan cepat dan dengan biaya yang murah.

Berdasarkan teori tersebut diketahui akun Tiktok @gabriellagata_ melakukan proses analisis terhadap informasi – informasi yang sudah ditemukan, yang bersifat akurat, relevan, lengkap dan tepat waktu. Tetapi sebelum melakukan proses tersebut, ada baiknya untuk membuat terlebih dahulu topik – topik yang akan dibahas, lalu setelah itu mengumpulkan informasi – informasi yang sekiranya cocok dengan topik yang akan dibahas. Setelah itu barulah proses analisis informasi



tersebut dilakukan, dalam menganalisis suatu informasi dibutuhkan untuk mengambil point – point pentingnya saja yang menyangkut topik yang sedang dibahas.

5. Produksi

Setelah semua proses telah selesai, maka proses selanjutnya adalah pelaksanaan produksi. Proses produksi merupakan suatu kegiatan pengambilan gambar (*shooting*) yang dilakukan di dalam ruangan maupun di luar ruangan. Dari banyaknya konten video yang diposting oleh Gabriella Agata, peneliti melihat bahwa tempat pengambilan gambar (*shooting*) dilakukan di dalam ruangan dengan menggunakan kamera *handphone*.

Adapun proses pembuatan konten yang dilakukan oleh Gabriella Agata yakni 1) mempersiapkan diri; 2) memilih spot yang bagus dengan bantuan pencahayaan dari sinar matahari; 3) memposisikan kamera dan mulai melakukan rekaman. Setelah pembuatan konten selesai, selanjutnya adalah proses pengeditan. Untuk pengeditannya Gabriella Agata tidak memakai komputer atau laptop, hanya mengedit menggunakan *handphone* dengan menambahkan *background virtual* dan penambahan teks sesuai dengan materi yang sedang disampaikan. Setelah semua bagian proses pembuatan konten informasi dan pengeditannya selesai, maka video yang diproduksi sudah siap untuk dipublikasikan.

Dalam menyebarkan kemasan informasi bisa dengan cara promosi maupun pendidikan pemakai. Menyampaikan kemasan informasi berupa paket maupun lembar informasi kepada pengguna. Hal ini bisa dilakukan baik secara langsung, telepon, via surat/pos, email, faksimil maupun media lainnya (Djamarin, 2016).

b. Kendala – kendala Dalam Kemas Ulang Informasi

Kemas ulang informasi sangat perlu dilakukan sebagai pemeliharaan dan perlindungan yang terdapat didalam bahan pustaka. Tetapi ada saja kendala pada saat melakukan kegiatan kemas ulang informasi. Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan, dalam hal ini kendala - kendala yang dialami oleh informan dalam melakukan kemas ulang informasi antara lain:

1. Kendala Pada Saat Pencarian Informasi

Setiap proses yang dilalui dalam kehidupan pasti mempunyai kendala-kendala. Didalam proses kemas ulang informasi juga mempunyai kendala, yang pertama adalah kendala pada saat pencarian informasi. Menurut Gabriella Agata, pada saat melakukan pencarian dan pengumpulan sumber informasi sangat rumit dan butuh waktu yang lama untuk menghasilkan informasi - informasi yang relevan dan akurat.



Hal ini sejalan dengan pendapat dari (Widyawan, 2014) bahwa menilai unsur lebih sulit dibandingkan menilai kepengarangan, jika tidak mempunyai pemahaman cukup terhadap topik maka sulit mengatakan bahwa informasi tersebut akurat. Keakuratan dapat dilihat dari membandingkan informasi dengan sumber – sumber lain, apakah selaras atau bertentangan.

Upaya yang dilakukan informan pada saat melakukan pencarian informasi yakni perlunya riset yang mendalam mengenai apa yang akan dibahas. Sumbernya bisa didapat dari buku, jurnal, *news*, dan riset asli lainnya yang berbahasa inggris.

2. Kendala Pada Saat Menarik Minat Penonton

Selain kendala pada saat pencarian informasi, dalam menarik minat penonton juga banyak mengalami kendala. Kendala tersebut dilatar belakangi oleh minat setiap orang yang berbeda-beda.

Upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut yakni mencari tau apa yang penonton minati dan apa yang penonton butuhkan. Hasilnya adalah dalam menyampaikan informasi harus *to the point* yang singkat, padat dan jelas agar penonton jadi lebih paham.

Berdasarkan pada hasil penelitian diatas dapat dikemukakan implikasi yakni dalam pemilihan strategi kemas ulang informasi yang tepat dapat mempengaruhi hasil dari video informasi tersebut. Seperti hasil video informasi literasi & keagamaan yang memiliki pengaruh terhadap kualitas informasi tersebut, video informasi dapat dikatakan berkualitas jika informasi yang disampaikan tersebut berisi fakta, relevan, akurat dan juga lengkap dalam mencantumkan sumber-sumbernya. Hal ini dilakukan agar meminimalisir informasi atau berita-berita hoax yang banyak beredar di Masyarakat.

PENUTUP

Kesimpulan

Strategi Kemas Ulang Informasi Melalui Media Tiktok Pada Akun @gabriellagata_. Sudah berjalan dengan sebagaimana mestinya, hal ini dapat dilihat dari beberapa proses yang dilakukan yaitu, *Pertama*, menentukan target penonton dan waktu perencanaan menentukan target penonton yakni yang awalnya siswa dan mahasiswa kini sudah berkembang untuk anak yang lebih muda lagi yakni anak TK sampai SD dan dalam membuat waktu perencanaan (*time schedule*) yakni pembuatan *time schedule* untuk 1 minggu kedepan. *Kedua*, mencari kebutuhan informasi pengguna yang dimaksud ide konten terinspirasi dari buku yang sedang dibaca atau yang sebelumnya pernah dibaca dan dari berita yang sedang ramai diperbincangkan di sosial media. *Ketiga*, memilih dan menyeleksi informasi didapat dari buku, berita, jurnal dan riset - riset yang sudah jelas fakta dan akuratnya



sumber tersebut. *Keempat*, menganalisis yang dimaksud yakni mengambil kata - kata penting dan langsung *to the point* yang menyangkut inti dari pembahasan tersebut. *Kelima*, Produksi yang dimaksud yakni menambahkan *background virtual* dengan menambahkan teks sesuai dengan materi yang sedang dibahas dan hanya diedit melalui *handphone*. Kendala – kendala dalam mengemas ulang informasi melalui media Tiktok. yaitu: *Pertama*, pencarian dan pengumpulan sumber – sumber informasi yang akan dijadikan untuk bahan materi pembuatan konten. *Kedua*, minat penonton terhadap video informasi yang lumayan susah untuk dicegah.

Saran

Diharapkan untuk terus mengedukasi masyarakat dengan membuat konten yang lebih kreatif dan beragam jenis informasinya, dengan memperhatikan lagi sumber – sumber informasi yang didapat. Diharapkan untuk terus mengedukasi masyarakat dengan membuat konten yang lebih kreatif dan beragam jenis informasinya, dengan memperhatikan lagi sumber – sumber informasi yang didapat. Diharapkan untuk terus mengedukasi masyarakat dengan membuat konten yang lebih kreatif dan beragam jenis informasinya, dengan memperhatikan lagi sumber – sumber informasi yang didapat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* , 26-37.
- Batubara, A. K. (2012). Studi Media Dalam Perspektif Komunikasi Islam: Analisis Esensi Komunikasi Islam Dalam Diseminasi Informasi. *Annual International Conference on Islamic Studies (AICIS)*, 2795-2815.
- Fatmawati, E. (2009). Kemas Ulang Informasi: Suatu Tantangan Bagi Pustakawan. *Media Pustakawan* , 23-27.
- Fauzi, D. D. (2013). *Sistem informasi Manajemen*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ginting, F. P. (2020). *Media Literacy of Communicaton Students in Using Facebook*. *ETTISAL: Journal of Communication* , 17-29.
- Hartono. (2016). *manajemen sumber informasi perpustakaan*. yogyakarta: calpulis.
- Irwansyah, D. P. (2020). Memahami Masyarakat dan Perspektifnya. *Jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial* , 163-175.
- Iwhiwhu, E. B. (2008). *Information Repackaging and Library Service: A Challenge to Information Professionals in Nigeria. Library Philosophy and Practice* , 1-6.
- Karman. (2014). Media sosial: antara kebebasan dan eksploitasi. *jurnal studi komunikasi dan media* , 75-88.
- Maharani, T. B. (2020). Penggunaan Aplikasi Tiktok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi* , 1-10.



- Nashihuddin, W. (2021). Strategi Kemas Ulang Informasi Untuk Peningkatan Pelayanan Perpustakaan Di Era New Normal. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan* , 59-78.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: dalam penelitian pendidikan bahasa*.Surakarta.
- Okoroma, F. N. (2014). *Information Repackaging To Target Groups For A Fee: A Strategic Plan. Education Journal* , 308-315.
- Purwaningtyas, F. (2018). *Pola Literasi Informasi dan Media sebagai Metode Penelusuran Informasi. Jurnal Iqra'* , 1-11.
- Puspasari, Y. (2020, november 23). *Masyarakat Paling Banyak Mengakses Informasi dari Media Sosial*.Retrieved april 9, 2022, from <https://databooks.katadata.co.id:https://databooks.katadata.co.id/2020/11/23/masyarakat-paling-banyak-mengakses-informasi-dari-media-sosial>
- Raco, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Rinto Alexandro, F. H. (2022). Tiktok Analysis as a Learning Media and Activism Instrument. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran* , 211-221.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanta, E. (2019). *Sistem informasi manajemen*. Yogyakarta: expert.
- Syahrum, S. &. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Tongkotow Liedfray, F. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 1-13.
- Tupan, W. N. (2015). *Kemas Ulang Informasi Untuk Pemenuan Kebutuhan Informasi Usaha Kecil Menengah: Tinjauan Analisis Di PDII-LIPI. Jurnal Dokumentasi dan Informasi* , 109-124.
- Watie, E. D. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *THE MESSENGER* , 69-75.
- Widyawan, R. (2014). *Agar Informasi Menjadi Lebih Seksi: Pengantar Pelayanan Kemas Ulang Informasi*. Media Kampus Indonesia.
- Winarso, B. (2021, 6 8). *Apa itu tiktok dan apa saja fitur fiturnya?* Retrieved 6 21, 2022, from <https://dailysocial.id:https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>