

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Lanskap media massa di Indonesia terbagi menjadi dua kelompok utama berdasarkan pola kepemilikannya, yaitu media milik pemerintah dan media swasta. Perbedaan mendasar di antara keduanya terletak pada tujuan operasionalnya. Media swasta umumnya bersifat komersial, di mana pengelolaan informasinya mengikuti tren pasar dan bertujuan untuk menjaga keberlanjutan bisnis perusahaan (Fahrudin, 2013). Sebaliknya, media yang berafiliasi dengan negara melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN) cenderung bersifat nonkomersial. Fokus utamanya adalah pada pelayanan publik, yakni menyebarkan informasi resmi pembangunan serta mengedukasi masyarakat mengenai kebijakan pemerintah (Illahi, 2014). Meskipun memiliki sifat operasional yang berbeda, kedua jenis media ini sama-sama memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi dan menjaga keterbukaan informasi bagi publik di Indonesia (Melati et al., 2024).

Salah satu lembaga media milik pemerintah yang memegang peran sangat strategis adalah ANTARA News. ANTARA News merupakan portal berita digital yang dikelola oleh Perum Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) ANTARA, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak khusus di bidang penyediaan informasi dan berita. Untuk mendukung tugas tersebut, ANTARA didukung oleh infrastruktur yang sangat luas, mulai dari kantor pusat di Jakarta hingga jaringan biro yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia dan beberapa kantor perwakilan di luar negeri (Perum LKBN ANTARA, 2014).

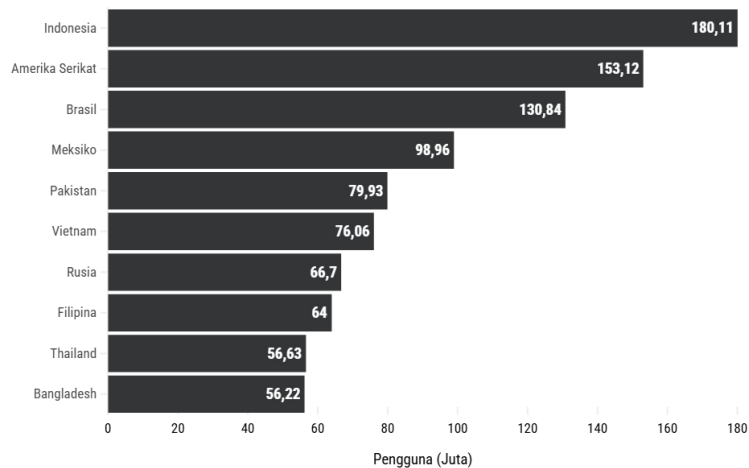
Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi media secara fundamental yang tidak lagi bergantung sepenuhnya pada model tradisional seperti media cetak, radio, atau televisi. Di era digital saat ini, internet dan berbagai *platform* digital telah menjadi saluran utama dalam proses produksi, distribusi, hingga konsumsi konten oleh publik. Transformasi ini tidak hanya memengaruhi

cara penyampaian informasi, tetapi juga mengubah struktur organisasi dan strategi operasional perusahaan media. Oleh karena itu, lembaga pemberitaan dituntut untuk mengadaptasi model distribusi berbasis digital agar tetap relevan di tengah perubahan preferensi konsumen yang kini lebih banyak mengakses informasi melalui perangkat digital (Widagdhaprasana & Dahana, 2024).

Fenomena tersebut menunjukkan terjadinya konvergensi media, yaitu proses penggabungan dan peralihan media konvensional ke *platform* digital berbasis internet sebagai bentuk adaptasi terhadap kemajuan teknologi komunikasi (Fakhrana et al., 2023). Namun, transisi ini juga menghadirkan tantangan berupa persaingan yang ketat antar kanal media serta risiko manipulasi informasi yang menuntut lembaga media untuk tetap menjaga kualitas dan integritas kontennya (Melati et al., 2024).

Penerapan konvergensi ini secara nyata dihadapi oleh ANTARA News. Produk berita tradisional ANTARA News yang sebelumnya sangat dominan berbasis teks, kini mulai dikemas ulang ke dalam berbagai format digital yang lebih inovatif (Respati, 2014; Sugianto & Dulwahab, 2023). Langkah adaptasi ini menjadi krusial bagi ANTARA News untuk mempertahankan eksistensinya sebagai sumber informasi resmi negara di tengah pesatnya perkembangan media baru yang menuntut kecepatan dalam penyajian berita (Respati, 2014; Sugianto & Dulwahab, 2023). Sejalan dengan transformasi digital tersebut, ANTARA News kini telah memperluas jangkauan distribusinya dengan merambah ke berbagai *platform* media sosial. Saat ini, ANTARA aktif mengelola berbagai kanal seperti TikTok, Instagram, YouTube, Facebook, X (sebelumnya Twitter), WhatsApp Channel, hingga Telegram.

10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (Oktober 2025)






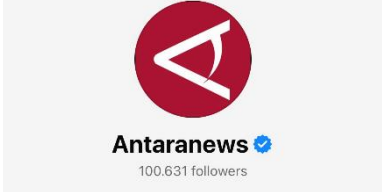



Gambar 1.1. Grafik 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia
(Sumber: *We Are Social and Meltwater*, 2025)

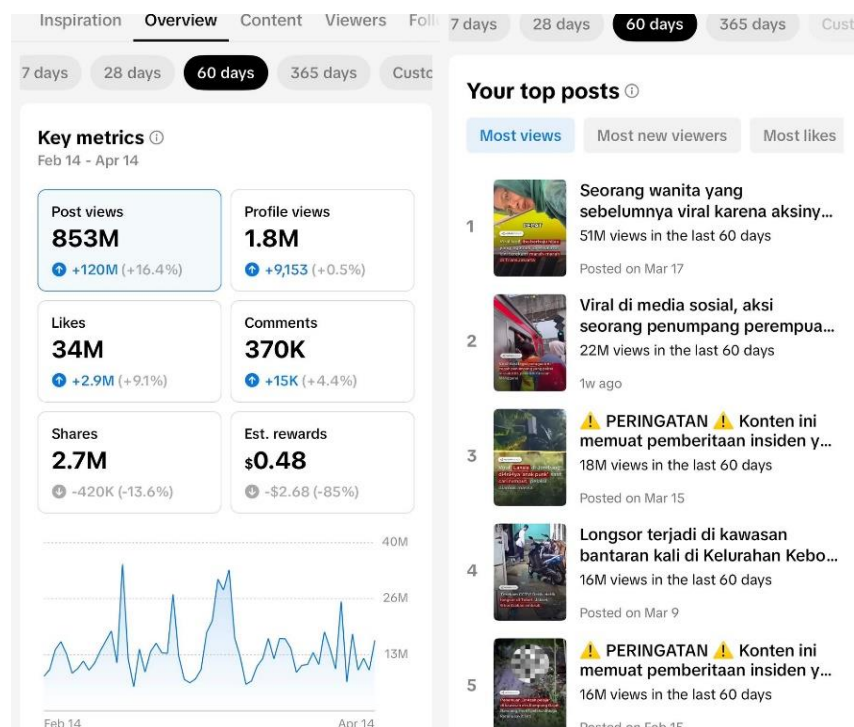
Di antara berbagai *platform* tersebut, TikTok menjadi kanal yang menunjukkan pertumbuhan pengguna yang paling signifikan. Berdasarkan laporan *We Are Social and Meltwater* (2025, sebagaimana dikutip dalam Maheswara, 2025), jumlah pengguna TikTok di dunia pada Oktober 2025 diproyeksikan mencapai 1,99 miliar pengguna, atau sekitar 24,1% dari populasi global. Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia dengan 180,11 juta pengguna. Tingginya angka pengguna ini diikuti dengan perubahan perilaku konsumsi informasi. Angga Anugrah Putra, *General Manager Content Operations Southeast Asia* TikTok (2025, sebagaimana dikutip dalam Putri, 2025), menyebutkan bahwa berita menjadi salah satu kategori konten utama yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia, di mana sekitar 72% pengguna mengonsumsi setidaknya satu konten berita setiap hari.

Fenomena ini diperkuat oleh laporan *Reuters Institute for the Study of Journalism* yang menunjukkan bahwa 57% responden di Indonesia mendapatkan berita melalui media sosial, dengan 34% di antaranya menggunakan TikTok sebagai sumber informasi (Newman, 2022). Kondisi ini mendorong berbagai media arus utama di Indonesia, termasuk ANTARA News, untuk memanfaatkan TikTok sebagai sarana distribusi informasi yang efektif guna menjangkau generasi muda yang aktif di ruang siber (Sugianto & Dulwahab, 2023).

Tabel 1.1. Perbandingan Jumlah Pengikut *Platform* Media Sosial ANTARA News
(Sumber: *Platform* Media Sosial ANTARA News, 2026)

<i>Platform</i> Media Sosial	Nama Akun	Jumlah Pengikut *4 April 2026	
	TikTok	@antaranews	> 2,7 Juta
	X	@antaranews	> 1,2 Juta
	Facebook	@antaranews.com	> 1 Juta
	Instagram	@antaranewscom	> 391 Ribu
	YouTube	@antaranews	> 199 Ribu
	WhatsApp Channel	@antaranews	> 100 Ribu
	Telegram	ANTARA News	> 2,4 ribu

Tabel di atas menunjukkan sebaran audiens ANTARA News per tanggal 4 April 2026 di berbagai *platform* digital dengan perbedaan jumlah pengikut yang cukup signifikan di setiap kanal. Berdasarkan perbandingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa TikTok merupakan *platform* media sosial dengan pengikut (*followers*) paling tinggi dibandingkan *platform* lainnya yang dikelola oleh ANTARA News.



Gambar 1.2. Analitik Akun TikTok @antaranews per 14 Februari 2026 s.d. 14 April 2026 (Sumber: <https://www.tiktok.com/@antaranews>, 2026)

Data analitik pada gambar di atas menunjukkan performa akun TikTok ANTARA News menunjukkan jangkauan dan interaksi yang tinggi dalam dua bulan terhitung dari tanggal 14 Februari 2026 hingga 14 April 2026. Capaian *top post* yang menyentuh angka 51 juta *views* dalam satu unggahan konten semakin mempertegas peran akun ini dalam mendistribusikan informasi kepada masyarakat luas secara efektif. Dominasi jumlah pengikut serta tingginya angka interaksi tersebut membuktikan bahwa TikTok ANTARA News telah bertransformasi menjadi kanal distribusi informasi utama yang paling efektif dalam menjangkau masyarakat luas secara instan bagi ANTARA News di era digital.

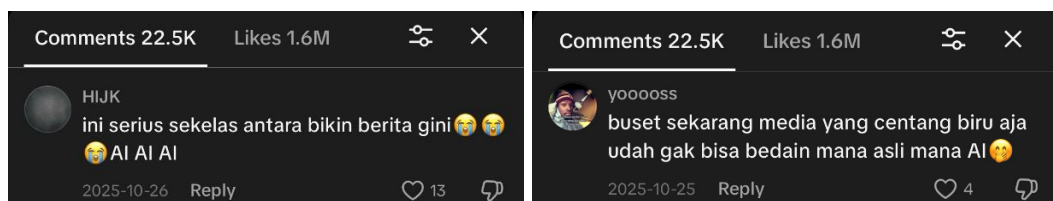
Tingginya aktivitas dan jangkauan audiens pada akun TikTok ANTARA News menuntut ketelitian tinggi dalam setiap proses produksi konten demi menjaga kepercayaan publik (Siebert et al., 1956, dalam Triyono, 2013). Di *platform* yang dinamis seperti TikTok, pengelolaan kualitas informasi memerlukan koordinasi tim yang solid melalui sistem kerja yang terstruktur (Febriyansyah et al., 2025). Oleh karena itu, implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) menjadi fondasi utama untuk menjamin kelancaran produksi (Yuwanita et al., 2025), meminimalkan kesalahan operasional (*error rates*), serta meningkatkan efisiensi kerja tim (Rahmawati et al., 2025).

Sebagai Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN), Perum LKBN ANTARA memikul tanggung jawab besar untuk menjunjung tinggi unsur berita dan prinsip jurnalisme. Sebuah produk informasi wajib memenuhi unsur berita berupa 5W+1H (*what, who, where, when, why, dan how*) secara lengkap agar informasi tersampaikan kepada masyarakat secara utuh dan jelas (Taya & Irmawati, 2023). Hal ini sejalan dengan pandangan Fianto et al., (2023) yang menegaskan bahwa organisasi media harus mengimplementasikan prinsip jurnalisme secara disiplin, terutama pada aspek kebenaran informasi dan kewajiban menjalankan verifikasi yang ketat guna menyajikan produk jurnalisme yang kredibel bagi publik. Adapun prinsip jurnalisme dasar tersebut tertuang dalam sembilan elemen jurnalisme yang meliputi kebenaran, loyalitas kepada publik, verifikasi, independensi, pemantau kekuasaan, forum publik, relevansi informasi, proporsional dan komprehensif, serta hati nurani (Kovach & Rosenstiel, 2014).

Dalam kajian *public relations* (PR), kualitas informasi dan kepatuhan terhadap standar komunikasi organisasi merupakan instrumen strategis dalam membentuk *brand image* yang positif di benak publik (Cornelissen, 2014; Argenti, 2010). Hal ini dikarenakan *brand image* merupakan cerminan dari persepsi dan keyakinan konsumen yang tertanam sebagai asosiasi kuat dalam ingatan audiens (Indana & Andjarwati, 2021). Kepatuhan terhadap unsur berita dan prinsip jurnalisme ini berpengaruh langsung pada reputasi media. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al., (2022), penerapan prinsip jurnalisme terbukti

berpengaruh secara positif dan signifikan dalam membentuk serta memperkuat *brand image*.

Namun, kenyataannya menunjukkan kondisi yang berbeda pada akun TikTok ANTARA News. Menurut data internal ANTARA News (2026), akun tersebut sebenarnya telah aktif beroperasi sejak tahun 2019. Meskipun demikian, berdasarkan observasi mendalam pada periode Februari–Mei 2026, ditemukan kesenjangan (*gap*) antara jumlah pengikut yang tinggi dengan pemenuhan unsur berita dan prinsip jurnalisme pada konten yang dipublikasikan. Masalah ini terjadi karena belum adanya standar baku yang mengatur proses produksi konten. Ketiadaan pedoman ini menyebabkan tim tidak mematuhi unsur-unsur berita dan prinsip jurnalisme, yang pada akhirnya memicu akumulasi sentimen negatif publik yang tercermin pada komentar-komentar teratas (*top comments*) di beberapa konten TikTok ANTARA News dan secara langsung melemahkan *brand image* ANTARA News. Temuan Sanaji (2022), menunjukkan bahwa pengalaman negatif dapat mendorong munculnya e-WOM negatif di ruang digital. Kondisi tersebut terlihat dari beberapa temuan berikut:



Gambar 1.3. Sentimen Negatif Audiens Terkait Lemahnya Verifikasi Konten Berbasis Kecerdasan Buatan (AI)

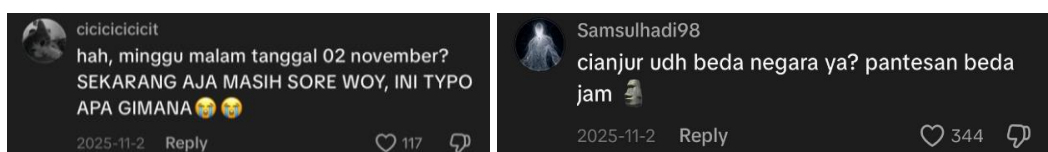
(Sumber: <https://www.tiktok.com/@antaranews>, 2026)

Pertama, kelalaian dalam menerapkan prinsip jurnalisme berupa verifikasi keaslian video. Ketiadaan pedoman kerja berdampak pada lolosnya publikasi tayangan berbasis kecerdasan buatan (AI) yang disajikan sebagai peristiwa riil. Pengabaian proses verifikasi ini bertentangan secara langsung dengan elemen jurnalisme yaitu menjunjung tinggi pada kebenaran fakta (Kovach & Rosenstiel, 2014), sehingga memicu kecaman keras audiens yang tercermin pada *top comments*, seperti: “*ini serius sekelas ANTARA bikin berita gini? AI AI AI*” dan “*sekarang media yang centang biru aja udah gak bisa bedain mana asli mana AI*”.



Gambar 1.4. Sentimen Negatif Audiens Terkait Kesalahan Lokasi dan Waktu Peristiwa (Sumber: <https://www.tiktok.com/@antaranews>, 2026)

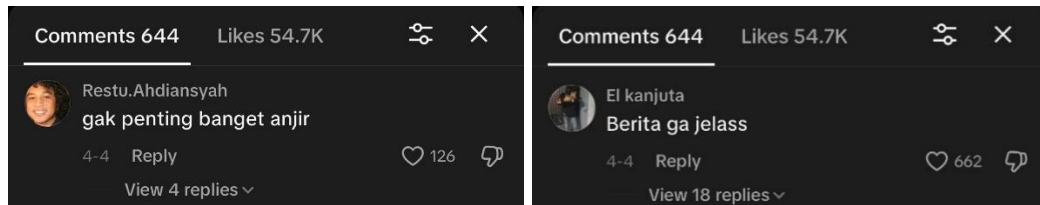
Kedua, lemahnya akurasi fakta dan aktualitas informasi yang secara langsung mengabaikan unsur berita dasar *where* (di mana) dan *when* (kapan). Hal ini terlihat dari keluhan audiens mengenai kesalahan fatal penyebutan lokasi peristiwa serta penayangan ulang peristiwa lama tanpa keterangan waktu yang jelas. Dampaknya, konten tersebut gagal mematuhi prinsip jurnalisme terkait keharusan menyajikan berita yang aktual dan sesuai realitas lapangan (Taya & Irmawati, 2023). Akibatnya, muncul skeptisisme publik hingga menuduh ANTARA News melakukan penggiringan opini politik, seperti komentar: “*kejadian tahun lalu kok di up lagi?*” atau “*pengalihan isu ini*”.



Gambar 1.5. Sentimen Negatif Audiens Terkait Kesalahan Informasi Waktu (Sumber: <https://www.tiktok.com/@antaranews>, 2026)

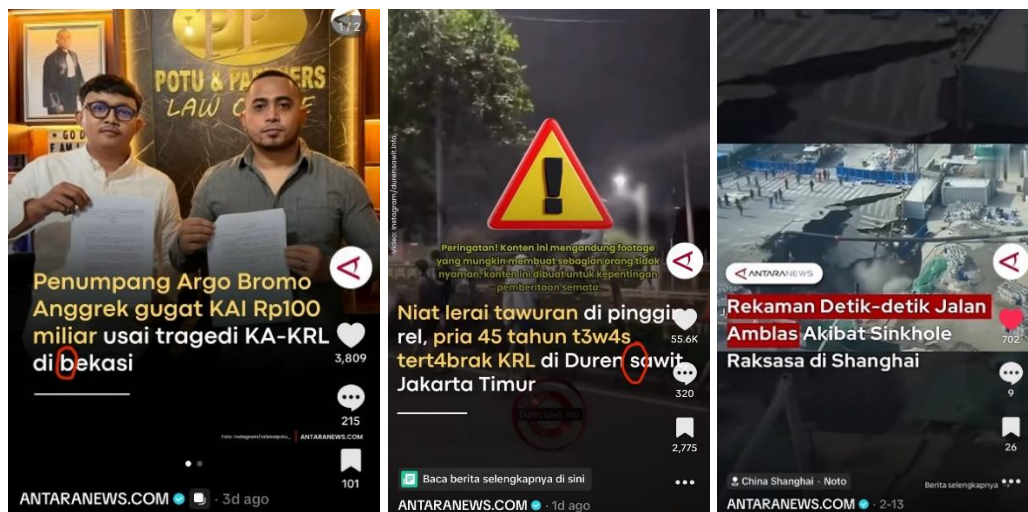
Ketiga, kekeliruan penulisan data kronologis yang merusak validitas unsur berita *when* (kapan). Ketidaktelitian ini tercermin dari protes audiens mengenai ketidaksesuaian penulisan waktu peristiwa di dalam konten dengan realitas hari penayangan. Kekeliruan data kronologis pada *platform* berita ini secara langsung menyimpang dari prinsip jurnalisme mengenai disiplin akurasi data (Kovach &

Rosenstiel, 2014), sehingga mengaburkan aspek aktualitas informasi dan memicu skeptisisme audiens terhadap fungsi pengawasan redaksi.



Gambar 1.6. Penurunan Persepsi Audiens Terhadap Kejelasan dan Nilai Berita (Sumber: <https://www.tiktok.com/@antaranews>, 2026)

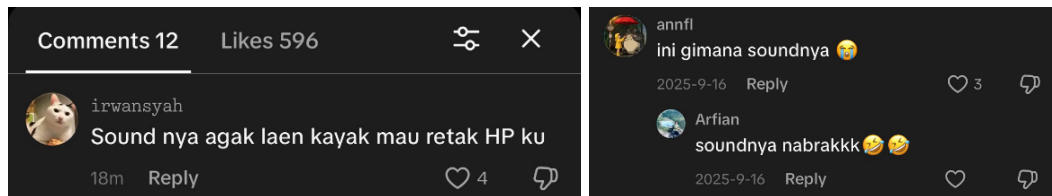
Keempat, menurunnya persepsi audiens terhadap kejelasan pesan dan nilai berita akibat belum optimalnya prinsip jurnalisme mengenai penyajian informasi yang relevan dan mudah dipahami oleh publik (Kovach & Rosenstiel, 2014). Sentimen tersebut tercermin pada *top comments* yang menyebut konten sebagai “berita tidak jelas” serta ungkapan “gak penting banget” dengan akumulasi ratusan tanda suka dari sesama pengguna.



Gambar 1.7. Ketidaksesuaian Kaidah Penulisan Judul (Sumber: <https://www.tiktok.com/@antaranews>, 2026)

Kelima, kelalaian terhadap kaidah penulisan judul formal yang menyimpang dari prinsip jurnalisme komprehensif dan profesional (Kovach & Rosenstiel, 2014). Format penulisan judul harian terpantau berubah-ubah secara acak, seperti penggunaan huruf kapital di setiap awal kata pada konten tertentu yang tidak selaras dengan format reguler. Selain itu, ditemukan pula penulisan nama geografis atau wilayah yang tidak menggunakan huruf kapital di awal kata

(Nazwari et al., 2025). Kesalahan bahasa ini bertolak belakang dengan komitmen menyajikan berita yang tertib secara tata bahasa formal, sehingga mengaburkan kesan profesionalisme institusi (Wheeler, 2017).



Gambar 1.8. Sentimen Negatif Audiens Terkait Kualitas Audio
(Sumber: <https://www.tiktok.com/@antaranews>, 2026)

Keenam, keterbatasan dalam kontrol kualitas teknis audio yang melanggar prinsip jurnalisme mengenai kelayakan kemasan informasi yang proporsional (Kovach & Rosenstiel, 2014). Kelalaian teknis ini teridentifikasi dari adanya *output* audio yang mengalami distorsi (suara ganda atau volume yang terlalu tinggi) sehingga memicu keterbatasan penyampaian informasi. Kondisi tersebut tercermin pada *top comments* audiens, salah satunya melalui ungkapan: “*soundnya bikin HP retak*” dan “*soundnya nabrak*”.

Rangkaian temuan data di atas mendukung temuan Sanaji (2022) serta sejalan dengan temuan Wijaya et al., (2022) mengenai dampak dari kegagalan pemenuhan unsur berita dan prinsip jurnalisme yang tepat. Masalah pengabaian standar berita di akun TikTok ANTARA News ini memberikan pengalaman yang kurang baik (*negative experience*) bagi audiens. Menurut Sanaji (2022), kumpulan pengalaman negatif audiens saat melihat konten di media sosial akan memicu munculnya *electronic word of mouth* (e-WOM) negatif berupa kritik di kolom komentar *platform* tersebut. Komentar-komentar negatif yang menumpuk ini, menurut Farizqi & Wahyuni (2022) serta Indana & Andjarwati (2021), bisa merusak sudut pandang dan ingatan publik sehingga langsung menurunkan nilai *brand image* perusahaan.

Guna memvalidasi temuan tersebut, peneliti melakukan wawancara dengan staf tim TikTok ANTARA News pada 11 April 2026. Berdasarkan hasil wawancara, pihak internal mengakui bahwa tingginya jangkauan *platform* TikTok ANTARA News saat ini menempatkan *brand image* institusi dalam posisi yang lemah akibat

kelalaian standar jurnalisme tersebut. Hal tersebut sebagaimana dipaparkan oleh narasumber dalam kutipan berikut:

“Kalau ngomongin citra, akun TikTok kita ini kan followersnya banyak dan penyebarannya cepat banget ya. Nah, kalau kita ada kesalahan sedikit, misal salah informasi, typo, atau salah pas editing, itu bisa langsung mancing komentar negatif audiens. Efeknya citra ANTARA News lemah dan dinilai jelek di mata publik. Contohnya, tim kita pernah bikin konten yang ternyata informasi di dalam kontennya itu salah, lalu juga pernah ada kesalahan fatal soal credit karena mengambil video dari media lain tanpa credit yang benar. Itu ngebuat kredibilitas dan brand image kita lemah di mata publik. Makanya, karena ritme TikTok ini sangat dinamis, SDM kita harus sama pemahamannya soal produksi konten di TikTok ANTARA News biar gak ngerusak citra yang udah dibangun.” (Mutia Ariyani, S.Sn., Staf TikTok ANTARA News, 11 April 2026).

Identifikasi lebih lanjut mengenai urgensi penyelesaian masalah mengungkap bahwa ketiadaan dokumen acuan tertulis menjadi faktor utama yang menyebabkan munculnya celah dalam stabilitas *brand image* ANTARA News. Pihak internal menegaskan perlunya sebuah instrumen regulasi kerja berupa modul SOP tertulis yang berfungsi sebagai mekanisme *quality control* agar setiap konten patuh pada prinsip jurnalisme sebelum dipublikasikan. Kehadiran SOP tersebut dinilai sebagai kebutuhan mendesak. Hal tersebut sebagaimana dipaparkan oleh narasumber dalam kutipan berikut:

“Masalah itu bakal terselesaikan dengan adanya SOP dalam bentuk modul, itu butuh banget dan sudah mendesak ya menurutku. Soalnya selama ini aturan baku produksi konten kita belum jelas dan tetap. SOP itu bakal jadi filter quality control. Jadi, siapa pun yang sedang memegang atau memproduksi konten, hasil akhirnya bakal tetap seragam, dan akurasinya terjaga. Citra ANTARA News di mata publik pun otomatis lebih aman karena risiko kesalahannya sudah ditekan melalui SOP itu.” (Mutia Ariyani, S.Sn., Staf TikTok ANTARA News, Wawancara, 11 April 2026).

Untuk memetakan kondisi operasional tim TikTok ANTARA News secara lebih komprehensif berdasarkan temuan observasi dan wawancara di atas, maka dilakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis ini bertujuan untuk melihat kekuatan dan peluang yang dimiliki.

Tabel 1.2. Analisis SWOT LKBN ANTARA
(Sumber: Data Olahan Penulis, 2026)

<i>Strengths (Kekuatan)</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi rujukan utama informasi yang tepercaya dan objektif bagi publik selaku Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN). 2. Didukung oleh jaringan infrastruktur pemberitaan yang luas di dalam dan luar negeri. 3. Memiliki akses utama terhadap peristiwa kenegaraan dan kebijakan pemerintah yang memberikan nilai eksklusivitas tinggi pada setiap konten yang dihasilkan. 4. Memiliki basis audiens yang tinggi dengan lebih dari 2,7 juta pengikut di TikTok serta tingkat interaksi yang tinggi. 5. Didukung oleh sumber daya manusia (SDM) profesional yang telah melalui proses seleksi ketat dengan standar integritas jurnalisme yang tinggi.
<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum tersedianya panduan kerja tertulis resmi sebagai acuan baku dalam setiap tahapan produksi konten di TikTok ANTARA News. 2. Belum optimalnya fungsi kontrol kualitas (<i>quality control</i>) sebelum konten dipublikasikan, sehingga meloloskan tayangan yang belum memenuhi kelengkapan unsur berita dan penerapan prinsip jurnalisme. 3. Adanya celah pada proses penyelarasan teknis pascaproduksi yang menyebabkan penurunan kualitas konten. 4. Keterbatasan sistem manajemen pengetahuan terstruktur bagi SDM untuk menjaga kontinuitas standar kualitas di tengah tingginya ritme kerja produksi konten di TikTok ANTARA News.
<i>Opportunities (Peluang)</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingginya jumlah pengguna aktif <i>platform</i> TikTok di Indonesia yang mencapai 180,11 juta jiwa sebagai basis sasaran audiens yang sangat potensial. 2. Tingginya preferensi masyarakat dalam mengonsumsi konten berita harian melalui <i>platform</i> TikTok yang mencapai angka 72%.

3. Meningkatnya ekspektasi publik terhadap keandalan informasi digital, yang membuka peluang besar bagi ANTARA News untuk memperkuat *brand image* sebagai acuan berita resmi negara yang valid.
4. Pergeseran tren audiens generasi muda yang kini lebih proaktif mencari informasi aktual melalui format *short-form video* dibandingkan media konvensional.
5. Karakteristik distribusi *platform* TikTok yang akomodatif terhadap penyebaran cepat konten berita sela (*breaking news*) untuk memperluas jangkauan publik secara masif.

Threats (Ancaman)

1. Risiko akumulasi sentimen negatif publik di media sosial yang berisiko melemahkan *brand image* ANTARA News akibat adanya kelalaian terhadap unsur berita dan prinsip jurnalisme di *platform* TikTok.
2. Tingginya ekspektasi publik terhadap akurasi informasi dari ANTARA News selaku lembaga kantor berita dengan akun resmi terverifikasi (*verified*) di *platform* TikTok, sehingga kesalahan sekecil apa pun rentan memicu krisis reputasi.
3. Persaingan yang ketat dengan kompetitor yaitu media swasta dan portal berita digital lainnya dalam hal kecepatan publikasi, akurasi informasi, serta kreativitas penyajian visual konten.
4. Dinamika tren media sosial dan perubahan algoritma *platform* TikTok yang sangat cepat, sehingga menuntut konsistensi kualitas penyajian informasi agar eksistensi akun TikTok ANTARA News tidak tenggelam dalam kompetisi.

Berdasarkan seluruh pemetaan analisis SWOT tersebut, dapat disimpulkan bahwa belum adanya standar baku yang mengatur bagaimana proses produksi menjadi penyebab utama konten kerap tak selaras dengan unsur-unsur berita dan prinsip jurnalisme, sehingga memicu akumulasi sentimen negatif publik yang melemahkan *brand image* ANTARA News. Oleh karena itu, penulis mengusulkan sebuah solusi melalui pembuatan “Modul Standar Operasional Prosedur (SOP)

Produksi Konten TikTok @antaranews”. Modul ini disusun secara sistematis sebagai acuan operasional yang terstandardisasi, sekaligus dirancang secara spesifik sebagai instrumen kendali mutu (*quality control*) untuk meminimalisir kesalahan pemenuhan unsur berita serta pelanggaran prinsip jurnalisme yang diproduksi oleh sumber daya manusia (SDM) demi menjadi upaya dalam memperkuat *brand image* institusi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah belum adanya standar baku yang mengatur bagaimana proses produksi konten TikTok ANTARA News. Ketiadaan instrumen tertulis ini menyebabkan konten yang diproduksi kerap melalaikan unsur-unsur berita dan prinsip jurnalisme, sehingga memicu akumulasi *electronic word of mouth* (E-WOM) negatif di kolom komentar media sosial yang melemahkan *brand image* ANTARA News. Oleh karena itu, diperlukan penyusunan Modul SOP Produksi Konten TikTok ANTARA News sebagai panduan operasional baku dan instrumen *quality control* guna memitigasi risiko kesalahan terhadap unsur berita serta pengabaian terhadap prinsip jurnalisme demi menjadi upaya dalam memperkuat *brand image* institusi.

1.3. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan utama dari pelaksanaan tugas akhir ini adalah sebagai upaya memperkuat *brand image* ANTARA News di tengah dinamika distribusi informasi *platform* media sosial yang cepat melalui pembuatan Modul Standar Operasional Prosedur (SOP) Produksi Konten TikTok ANTARA News. Modul ini disusun secara sistematis dan terdokumentasi sebagai acuan operasional yang terstandardisasi, sekaligus dirancang secara spesifik sebagai instrumen *quality control* untuk meminimalisir risiko kesalahan dalam pemenuhan unsur berita serta penerapan prinsip jurnalisme pada konten yang diproduksi oleh sumber daya manusia (SDM).

1.4. Manfaat

1.4.1. Bagi Penulis

Penulis memperoleh pengalaman praktis dalam merancang instrumen berupa modul standar operasional prosedur (SOP). Selain itu, proses ini memperdalam pemahaman penulis mengenai pengelolaan alur kerja (*workflow*) produksi konten TikTok di kantor berita nasional, strategi koordinasi tim, serta pentingnya standarisasi komunikasi internal untuk menjamin efektivitas operasional organisasi.

1.4.2. Bagi Klien

Modul SOP ini bermanfaat bagi ANTARA News sebagai instrumen kendali mutu (*quality control*) tertulis yang menjamin standarisasi dan kelayakan setiap konten yang dipublikasikan di *platform* TikTok. Manfaat utamanya adalah memitigasi risiko krisis reputasi akibat kelalaian pemenuhan unsur berita serta pelanggaran prinsip jurnalisme melalui penyediaan panduan operasional sekaligus filter pengawasan yang baku bagi seluruh tim produksi, sehingga *brand image* ANTARA News selaku kantor berita negara tetap terjaga secara optimal dan berkelanjutan.

1.4.3. Bagi Program Studi

Hasil *project* ini diharapkan dapat menjadi rujukan nyata bagi mahasiswa UNDIP, khususnya mahasiswa Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, yang ingin mendalami maupun melakukan perancangan serupa. Selain itu, *project* ini juga memberikan perspektif praktis mengenai implementasi tata kelola produksi konten berita di *platform* TikTok, khususnya dalam menyusun Modul SOP yang relevan dengan kebutuhan industri media saat ini.

1.4.4. Bagi Masyarakat

Secara tidak langsung, modul ini mendukung tersajinya konten berita yang tidak hanya menarik secara pengemasan, tetapi juga terjaga

akurasi dan kredibilitasnya. Masyarakat sebagai audiens digital akan mendapatkan arus informasi yang lebih valid, sistematis, dan mudah dipahami, yang diproduksi melalui standar operasional yang profesional.

1.5. Luaran

Luaran dari *project* tugas akhir ini berupa Modul Standar Operasional Prosedur (SOP) Produksi Konten TikTok ANTARA News yang telah resmi terdaftar dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Produk ini tersedia dalam format cetak (*hardcopy*) serta format digital (*softcopy*), yang dilengkapi dengan *QR Code* dan tautan akses (*link*) guna memudahkan distribusi di lingkungan kerja.