

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu

Menyusun sebuah *project* tugas akhir yang matang memerlukan landasan yang kokoh dari penelitian terdahulu sebagai acuan, bahan pertimbangan, serta pembandingan. Hal ini penting bagi penulis untuk menyerap poin-poin krusial guna merumuskan arah gagasan dan kerangka berpikir yang kuat dalam penyusunan *project* ini.

Dalam hal ini, penelitian oleh Wijaya, Anitawati, Suharyanti, dan Fortunisa (2022) yang berjudul “*Media Brand Reputation in the Digital Milieu: The Effects of Online News Ethics and Logic on Media Brand image*” memiliki relevansi tinggi karena menjelaskan bagaimana etika dan logika pemberitaan berita *online* memengaruhi citra merek media. Penelitian ini menunjukkan bahwa kelayakan isi informasi, seperti ketepatan data, kejelasan pesan, dan ketiadaan manipulasi informasi atau hoaks menjadi faktor penentu terbesar dengan pengaruh mencapai 42,3% dalam menjaga dan memperkuat *brand image* perusahaan media. Bagi penulis, temuan tersebut memperkuat landasan ilmiah bahwa kelalaian terhadap akurasi informasi secara linear akan merusak citra media, sehingga konten TikTok ANTARA News memerlukan regulasi kontrol kualitas yang terstandarisasi guna menjaga kredibilitas institusi. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada fokus utamanya untuk mempertahankan dan meningkatkan *brand image* lembaga pemberitaan di ruang digital. Sementara itu, perbedaannya terletak pada sudut pandang sasaran publik dan ruang lingkup kajiannya, di mana Wijaya et al. (2022) menguji penilaian publik luar (*external public*) mengenai bagaimana etika berita memengaruhi citra berbagai media digital secara umum, sedangkan *project* ini berfokus pada pembenahan sistem manajemen operasional internal TikTok ANTARA News, guna memastikan seluruh proses produksi konten tetap patuh pada unsur berita dan prinsip jurnalisme.

Selanjutnya, penelitian oleh Muhammad Ghozi Azrial (2024) yang bertajuk “*Strategi Kreatif Erigo dalam Produksi Konten Audiovisual di TikTok*” memiliki relevansi tinggi karena menyoroti pentingnya standarisasi alur kerja produksi demi mempertahankan reputasi sebuah akun profesional di media sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan konten audiovisual pendek di *platform* TikTok sangat didukung oleh penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang disiplin pada setiap tahapan, mulai dari fase praproduksi, produksi, hingga mekanisme kontrol kualitas (*quality control*) pascaproduksi. Bagi penulis, temuan tersebut menjadi landasan teknis yang sangat penting bahwa standarisasi proses kerja dapat diadaptasi sebagai kerangka dasar dalam menyusun draf regulasi operasional harian tim TikTok ANTARA News agar risiko kesalahan pengemasan informasi oleh sumber daya manusia dapat diminimalkan. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada fokus objek *platform* media sosial yang digunakan (TikTok) serta penerapan manajemen operasional kerja terstruktur berbasis SOP. Adapun perbedaannya terletak pada karakteristik produk dan orientasi kelembagaan, di mana Azrial (2024) mengkaji strategi pengemasan konten untuk komoditas *fashion* komersial, sedangkan *project* ini dilakukan pada Lembaga Kantor Berita Nasional negara yang nonkomersial dan mengutamakan kelengkapan unsur berita serta kepatuhan pada prinsip jurnalisme.

Kemudian, penelitian oleh Sanaji (2022) yang bertajuk “*Efek Moderasi Toleransi Pelanggan terhadap Pengaruh Pengalaman Negatif terhadap Electronic Word-of-Mouth Negatif*” memiliki relevansi tinggi karena menjelaskan bahwa pengalaman kurang baik (*negative experience*) dari kesalahan operasional dapat mendorong munculnya ulasan buruk di ruang digital berupa *electronic word of mouth* (e-WOM) negatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa akumulasi kritik dan sentimen negatif publik yang tersebar luas di kolom komentar media sosial secara instan dapat memperburuk persepsi serta melemahkan ingatan publik terhadap reputasi suatu merek. Bagi penulis, temuan tersebut memperkuat urgensi bahwa penyajian konten pada akun TikTok ANTARA News perlu dikendalikan melalui regulasi baku agar kelalaian data faktual maupun kekeliruan teknis dapat dicegah sebelum memicu respons buruk audiens. Persamaan penelitian ini dengan *project*

penulis terletak pada fokus dampak respons negatif publik di media sosial terhadap kelemahan citra atau reputasi organisasi. Adapun perbedaannya terletak pada aspek operasional, di mana Sanaji (2022) menguji variabel e-WOM dalam konteks hubungan perilaku konsumen umum, sedangkan *project* ini berfokus pada perancangan instrumen internal berupa Modul SOP produksi guna memitigasi risiko penurunan *brand image* perusahaan media.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. *Public Relations*

2.2.1.1. Pengertian dan Peran *Public Relations*

Public relations (PR) merupakan fungsi manajemen strategis yang mengelola komunikasi terencana untuk menciptakan saling pengertian (*mutual understanding*) serta membangun citra positif institusi (Kholisoh & Yenita, 2015). Peran operasional PR mencakup pemetaan kebutuhan audiens, penyusunan konsep interaksi dua arah, penyebaran pesan substantif, serta mitigasi risiko komunikasi guna mempertahankan reputasi organisasi secara berkelanjutan (Rona et al., 2022).

Tanggung jawab PR dalam mempertahankan *brand image* didasarkan pada prinsip bahwa citra merupakan hasil akumulasi jangka panjang dari seluruh representasi pesan dan perilaku organisasi yang ditangkap oleh khalayak (Kholisoh & Yenita, 2015). Kegagalan fungsi PR dalam mengontrol kualitas informasi berpotensi melemahkan kepercayaan publik (*public trust*) serta legitimasi profesional organisasi di mata publik. Secara institusional, PR bertindak sebagai mediator formal yang menyelaraskan kepentingan internal organisasi dengan dinamika ekspektasi masyarakat eksternal (Azzahiru & Farid, 2025).

2.2.1.2. Pengertian dan Peran *Cyber Public Relations*

Cyber Public Relations (*cyber PR*) merupakan adaptasi fungsi humas di ruang digital melalui pemanfaatan internet dan *platform* media sosial untuk memfasilitasi diseminasi informasi secara instan, interaktif, dan dua arah (*two-way symmetrical communication*). *Cyber PR* bertugas membina hubungan harmonis dengan publik internal maupun eksternal, mengelola opini siber, serta membentuk landasan reputasi digital. Dalam ekosistem media sosial yang bergerak cepat, praktisi *cyber PR* bertanggung jawab penuh atas kelayakan penyajian unsur berita serta penegakan prinsip jurnalisme guna memitigasi potensi krisis komunikasi yang dapat menurunkan kredibilitas lembaga di ruang siber (Susilo & Sari, 2020).

Konsep *public relations* dan *cyber public relations* menjadi landasan dalam penelitian ini karena penyampaian informasi melalui akun TikTok ANTARA News merupakan bagian dari aktivitas komunikasi organisasi di ruang digital. Dalam konteks tersebut, kualitas konten yang dipublikasikan tidak hanya berpengaruh terhadap penyebaran informasi, tetapi juga terhadap kepercayaan dan persepsi publik terhadap institusi. Oleh karena itu, *project* penyusunan Modul SOP Produksi Konten TikTok ANTARA News merupakan salah satu bentuk implementasi fungsi *public relations* dalam menjaga kualitas komunikasi digital sebagai upaya memperkuat *brand image* ANTARA News.

2.2.2. *Brand Image*

2.2.2.1. Pengertian *Brand Image*

Brand image (citra merek) adalah totalitas persepsi, ulasan kognitif, kesan, dan evaluasi menyeluruh yang tertanam di dalam benak audiens terhadap suatu institusi (Hafizah et al., 2024). Citra ini dibentuk melalui proses interpretasi psikologis khalayak

terhadap seluruh stimulasi komunikasi, komponen produk, kualitas pelayanan, serta nilai-nilai kelembagaan yang ditampilkan oleh organisasi (Indana & Andjarwati, 2021). Pada lembaga kantor berita publik, *brand image* tidak diukur melalui indikator komersialitas, melainkan melekat secara langsung pada dimensi kredibilitas informasi, aktualitas penyajian berita, dan kepatuhan terhadap kaidah kebahasaan yang menjadi standar profesionalisme media (Hafizah et al., 2024). Menurut Indana & Andjarwati (2021), pengukuran kekuatan *brand image* didasarkan pada tiga dimensi indikator utama yaitu *corporate image* (citra perusahaan), *product image* (citra produk), dan *user image* (citra pengguna).

2.2.2.2. *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan Sentimen Audiens

Di ruang digital, perkembangan *brand image* organisasi dipengaruhi secara signifikan oleh aktivitas *electronic word of mouth* (e-WOM), yang didefinisikan sebagai segala bentuk ulasan, pernyataan, atau komentar khalayak mengenai produk dan institusi yang disebarakan melalui media internet (Farizqi & Wahyuni, 2022). Terdapat hubungan kausalitas yang kuat antara kualitas operasional penyajian konten dengan jenis sentimen e-WOM yang berkembang di masyarakat (Sanaji, 2022).

Munculnya pengalaman negatif (*negative experience*) audiens akibat tidak secara langsung memicu eskalasi e-WOM negatif pada kolom komentar *platform* digital (Sanaji, 2022). Akumulasi ulasan negatif publik tersebut secara instan dapat melemahkan reputasi merek institusi jika dibiarkan tanpa adanya mekanisme kendali mutu operasional yang terstruktur (Farizqi & Wahyuni, 2022; Sanaji, 2022).

Konsep *brand image* dan *electronic word of mouth* (e-WOM) menjadi landasan dalam penelitian ini karena *brand image*

merupakan aset penting yang perlu dipertahankan oleh lembaga pemberitaan untuk menjaga kredibilitas dan kepercayaan publik. Dalam konteks media sosial, persepsi tersebut dipengaruhi oleh respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan, termasuk melalui *electronic word of mouth* (e-WOM) yang tercermin pada komentar teratas (*top comments*). Kondisi tersebut sejalan dengan permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini, yaitu munculnya e-WOM negatif akibat kualitas penyajian konten yang belum sepenuhnya memenuhi unsur berita dan prinsip jurnalisme. Oleh karena itu, tujuan *project* ini adalah memperkuat *brand image* ANTARA News melalui penyajian konten yang sesuai dengan standar pemberitaan.

2.2.3. Modul

2.2.3.1. Pengertian Modul

Modul merupakan sebuah instrumen panduan tertulis yang dikemas secara utuh dan sistematis, dirancang untuk membantu SDM menguasai target kerja yang spesifik. Modul setidaknya harus mencakup komponen utama berupa tujuan, materi atau substansi panduan, serta instrumen evaluasi untuk mengukur sejauh mana pemahaman SDM terhadap materi tersebut (Rahdiyanta, 2016).

2.2.3.2. Fungsi dan Karakteristik Modul

Menurut Rahdiyanta (2016), agar sebuah modul dapat berfungsi secara efektif dalam meningkatkan kualitas pembelajaran, terdapat beberapa karakteristik utama yang harus dipenuhi, antara lain:

- *Self Instructional*: Modul harus mampu memfasilitasi pengguna untuk belajar secara mandiri.
- *Self Contained*: Modul harus memuat seluruh materi pembelajaran untuk menguasai satu unit kompetensi tertentu.

- *Stand Alone*: Modul tidak boleh bergantung pada media atau bahan ajar lain dalam pengaplikasiannya.
- *Adaptive*: Modul harus memiliki daya adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- *User Friendly*: Modul harus dirancang dengan prinsip kemudahan penggunaan.

Konsep modul menjadi landasan dalam penelitian ini karena modul merupakan media pembelajaran sekaligus pedoman tertulis yang dirancang untuk membantu pengguna memahami suatu materi atau prosedur kerja secara sistematis dan mandiri. Karakteristik *self instructional, self contained, stand alone, adaptive, dan user friendly* menjadikan modul sesuai digunakan sebagai media transfer pengetahuan dalam lingkungan kerja. Oleh karena itu, *project* ini menghasilkan luaran berupa Modul SOP Produksi Konten TikTok ANTARA News yang dirancang agar mudah dipahami, digunakan secara mandiri serta dapat diperbarui sesuai dengan perkembangan kebutuhan operasional Tim TikTok ANTARA News.

2.2.4. *Graphic Design*

2.2.4.1. *Pengertian Graphic Design*

Graphic design merupakan proses komunikasi visual yang memanfaatkan berbagai elemen desain untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. Dalam praktiknya, *graphic design* tidak hanya berorientasi pada aspek estetika, tetapi juga berfungsi mengorganisasikan informasi agar lebih mudah dipahami, menarik perhatian, serta mampu membangun identitas visual yang konsisten. Oleh karena itu, setiap keputusan desain harus mempertimbangkan tujuan komunikasi, karakteristik audiens, serta konteks media yang digunakan agar pesan dapat diterima secara optimal (Opara & Cantwell, 2014).

Berdasarkan uraian tersebut, *graphic design* pada *project* ini berperan sebagai landasan dalam penyusunan Modul SOP Produksi Konten TikTok ANTARA News. Selain memuat prosedur operasional secara sistematis, modul dirancang menggunakan prinsip *graphic design* melalui pengaturan tipografi, warna, *layout*, visual *hierarchy*, serta ilustrasi agar informasi operasional dapat disampaikan secara lebih jelas, sistematis, dan mudah dipahami. Dengan demikian, penerapan *graphic design* tidak hanya mendukung aspek estetika modul, tetapi juga meningkatkan efektivitas penyampaian informasi sebagai pedoman kerja operasional.

2.2.4.2. Elemen *Graphic Design*

Menurut Gunay (2024), *graphic design* dibangun oleh berbagai elemen visual yang saling mendukung dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Setiap elemen memiliki fungsi yang berbeda dalam meningkatkan keterbacaan informasi, membangun identitas visual, serta membantu audiens memahami pesan yang disampaikan. Penelitian ini memfokuskan pembahasan pada elemen-elemen yang digunakan dalam penyusunan Modul SOP Produksi Konten TikTok ANTARA News, yaitu:

1. Tipografi: Seni mengatur huruf agar informasi tersampaikan secara efektif melalui pemilihan jenis huruf, ukuran, ketebalan, jarak antarhuruf, maupun jarak antarbaris. Penggunaan tipografi yang tepat mampu meningkatkan keterbacaan, membangun hirarki informasi, memperkuat pesan, serta menciptakan identitas visual yang konsisten dalam sebuah desain (Gunay, 2024).
2. Warna: Elemen visual yang berfungsi membangun identitas, menarik perhatian audiens, memperjelas informasi, serta memengaruhi persepsi dan emosi terhadap suatu media.

Pemilihan kombinasi warna harus disesuaikan dengan konteks komunikasi sehingga mampu mendukung penyampaian pesan secara efektif sekaligus menjaga konsistensi identitas visual (Opara & Cantwell, 2014).

3. *Layout*: Pengaturan posisi setiap elemen visual pada suatu media agar informasi tersusun secara sistematis dan mudah dipahami. Tata letak yang baik membantu mengarahkan alur baca audiens, meningkatkan kenyamanan dalam membaca, serta memudahkan pengguna menemukan informasi yang dibutuhkan (Marston, 2025).
4. *Visual Hierarchy* (Hirarki Visual): Pengaturan prioritas informasi melalui perbedaan ukuran, posisi, warna, maupun tipografi sehingga perhatian audiens dapat diarahkan pada informasi yang paling penting terlebih dahulu. Penerapan hirarki visual yang baik membantu meningkatkan efektivitas komunikasi serta mempermudah proses pemahaman informasi (Gunay, 2024).
5. *Ilustrasi and Ikon*: Pendukung visual yang membantu menjelaskan informasi secara lebih ringkas, menarik, dan mudah dipahami. Penggunaan elemen visual tersebut juga mampu meningkatkan daya tarik desain sekaligus membuat audiens mengenali informasi penting secara lebih cepat (Marston, 2025).

Dalam *project* ini, elemen-elemen *graphic design* berperan sebagai pendukung efektivitas penyampaian informasi pada Modul SOP Produksi Konten TikTok ANTARA News. Penerapan tipografi, warna, *layout*, *visual hierarchy*, serta ilustrasi dan ikon dipilih untuk membantu pengguna mengenali prioritas informasi, memahami alur prosedur secara lebih sistematis, serta meningkatkan keterbacaan modul. Dengan demikian, penggunaan elemen-elemen *graphic design* tidak hanya mendukung tampilan visual, tetapi juga

memperkuat fungsi modul sebagai media komunikasi dan pedoman kerja yang mudah dipahami.

2.2.5. Standar Operasional Prosedur (SOP)

2.2.5.1. Pengertian SOP

Standard Operating Procedure atau Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan serangkaian instruksi yang untuk mengatur pelaksanaan aktivitas operasional organisasi. Keberadaan SOP berfungsi sebagai pedoman kerja untuk memastikan bahwa setiap aktivitas dilaksanakan secara konsisten, efektif, dan efisien (Juni & Tezar, 2024). SOP juga dipahami sebagai panduan atau instruksi kerja yang digunakan untuk menjamin bahwa seluruh pekerjaan dilakukan secara teratur dan sesuai dengan urutan langkah yang benar guna meminimalkan tingkat kesalahan kerja (Rahmawati et al., 2025).

2.2.5.2. Tujuan SOP

Penyusunan SOP bertujuan menciptakan sistem kerja yang terstruktur dan terstandarisasi demi menjamin kepastian operasional organisasi. Secara teknis, SOP bertindak sebagai instrumen pengatur agar setiap aktivitas dijalankan secara konsisten dan seragam oleh seluruh anggota tim, sehingga mampu meminimalkan potensi kesalahan maupun variasi hasil yang tidak diinginkan (Astutik et al., 2024). Selain itu, dokumen ini bertujuan memberikan kejelasan rincian tugas, pembagian tanggung jawab, kualifikasi teknis, hingga standar kinerja pada setiap posisi (Kirom, 2024).

Tercapainya tujuan tersebut secara linear memberikan manfaat pada peningkatan efektivitas pengelolaan proses kerja dan konsistensi operasional perusahaan (Rahmawati et al., 2025). Melalui penerapan SOP, produktivitas harian karyawan dapat

ditingkatkan karena setiap tahapan pelaksanaan pekerjaan berjalan secara lebih terarah (Juni & Tezar, 2024).

2.2.5.3. Penerapan SOP

Penerapan SOP bertujuan untuk mengaktualisasikan pedoman kerja tertulis ke dalam praktik operasional sehari-hari secara sistematis, guna memberikan kemudahan bagi seluruh sumber daya manusia dalam menjalankan aktivitas kerja (Muhaling et al., 2021). Keberhasilan penerapan SOP dapat diukur melalui optimalisasi efisiensi kerja, tingkat kepatuhan prosedur harian, dan minimalisasi kesalahan operasional (Mahesa et al., 2024).

2.2.5.4. Komponen SOP

Menurut Tambunan (2013, sebagaimana dikutip dalam Suryadi, 2018), unsur-unsur dalam SOP meliputi tujuan pembuatan, kebijakan, petunjuk operasional, pihak yang terlibat, masukan (*input*), proses, laporan, validasi, serta kontrol kualitas. Integrasi seluruh komponen tersebut bertujuan memastikan bahwa setiap prosedur memiliki dasar hukum yang jelas, pembagian tanggung jawab yang tegas, serta mekanisme pengendalian operasional yang memadai.

Perumusan struktur fisik SOP yang baku harus mengacu pada komponen-komponen utama yang memiliki fungsi spesifik (Gumintang et al., 2025). Secara garis besar, struktur SOP yang sistematis wajib dibagi menjadi beberapa bagian utama sebagai berikut:

1. Identitas dan Pengesahan Dokumen
2. Judul SOP
3. Penanggung Jawab
4. Uraian Prosedur atau Proses

2.2.5.5. Indikator Efektivitas SOP

Efektivitas penerapan SOP diukur dari sejauh mana prosedur tersebut mampu memberikan kejelasan alur kerja bagi organisasi dan menurunkan tingkat kesalahan operasional (Rahmawati et al., 2025). Berdasarkan teori Tambunan (2013, sebagaimana dikutip dalam Rahmawati et al., 2025), indikator keberhasilan sebuah SOP dapat diidentifikasi melalui tingkat kejelasan instruksi kerja, konsistensi kualitas *output* produk yang dihasilkan oleh seluruh anggota tim, serta efisiensi dalam manajemen penggunaan waktu operasional.

Konsep Standar Operasional Prosedur (SOP) menjadi landasan dalam penelitian ini karena SOP berfungsi sebagai acuan untuk menyeragamkan pelaksanaan pekerjaan sehingga setiap proses operasional dapat dilakukan secara konsisten sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Dalam konteks produksi konten TikTok ANTARA News, keberadaan SOP diperlukan untuk mengurangi perbedaan pelaksanaan kerja antaranggota tim, meminimalkan potensi kesalahan operasional, serta mendukung proses *quality control* terhadap pemenuhan unsur berita dan penerapan prinsip jurnalisme. Dengan demikian, penerapan SOP diharapkan mampu memperkuat *brand image* ANTARA News sebagai lembaga pemberitaan yang terpercaya.

2.2.6. Media Sosial

2.2.6.1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan *platform* digital berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, serta berinteraksi melalui berbagai bentuk konten secara daring. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi interpersonal, tetapi telah berkembang sebagai kanal distribusi

informasi massal yang memfasilitasi pertukaran pesan secara instan dan luas (Nasrullah, 2015, sebagaimana dikutip dalam Febriana & Aji, 2023). Media sosial bertindak sebagai sumber penyebaran informasi awal yang signifikan bagi masyarakat modern, di mana proses pertukaran informasi terjadi secara timbal balik antara komunikator dan komunikan (Sugianto & Dulwahab, 2023).

2.2.6.2. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik yang membedakannya dari media massa konvensional, terutama dalam aspek interaktivitas tingkat tinggi dan partisipasi aktif audiens. Berdasarkan teori Nasrullah (2015, sebagaimana dikutip dalam Azhari Harahap et al., 2020), media sosial dibentuk oleh beberapa elemen utama, seperti jaringan (*network*), informasi, arsip digital, interaksi sosial siber, serta konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated content*). Karakteristik tersebut memberikan ruang bagi pengguna *platform* untuk berperan ganda, baik sebagai konsumen maupun sebagai produsen informasi (*prosumer*).

2.2.6.3. Media Sosial bagi Lembaga Pemberitaan

Bagi lembaga pers, media sosial berfungsi sebagai *platform* perluasan jangkauan distribusi informasi untuk menjangkau audiens di ruang siber. Pemanfaatan media sosial oleh kantor berita bertujuan untuk memaksimalkan diseminasi informasi dengan mengemas materi pemberitaan sesuai dengan gaya bahasa, karakteristik teknis, dan tren perilaku audiens di *platform* tersebut (Sugianto & Dulwahab, 2023). Kondisi ini menuntut lembaga pemberitaan untuk memiliki standar operasional yang ketat agar proses adaptasi konten berita dari format teks konvensional ke multimedia digital tetap mampu menjaga integritas, etika, dan akurasi jurnalisisme (Fakhrana et al., 2023).

Konsep media sosial menjadi landasan dalam *project* ini karena merupakan kanal utama ANTARA News dalam mendistribusikan informasi kepada masyarakat secara cepat dan interaktif. Karakteristik media sosial yang memungkinkan penyebaran informasi berlangsung secara luas serta respons audiens muncul secara langsung menuntut adanya pengelolaan konten yang terstandarisasi. Oleh karena itu, diperlukan Standar Operasional Prosedur (SOP) sebagai acuan dalam proses produksi konten agar kualitas penyajian informasi tetap konsisten, sehingga dapat mendukung upaya memperkuat *brand image* ANTARA News sebagai lembaga pemberitaan yang terpercaya.

2.2.7. Konten Digital

2.2.7.1. Pengertian dan Karakteristik Konten Digital

Konten merupakan berbagai bentuk pesan atau informasi yang diciptakan dan didistribusikan melalui *platform* digital. Nasrullah (2015, dalam Setiadi, 2020) menyatakan bahwa konten dalam media sosial merupakan hasil produksi pengguna (*user-generated content*) yang dapat berupa format teks, foto, hingga video yang memungkinkan terjadinya interaksi di dalam jaringan. Aryanto & Irwansyah (2025) juga mengemukakan bahwa salah satu bentuk konten digital yang dominan pada *platform* media sosial saat ini adalah konten audiovisual pendek (*short-form content*). Lebih lanjut, Azrial (2024) menekankan bahwa dalam produksi konten audiovisual pendek, kelayakan pengemasan pesan serta penggunaan instrumen perencanaan manajemen yang matang sangat menentukan citra profesional sebuah akun. Selain itu, karakteristik utama dari konten digital saat ini adalah durasinya yang singkat, sehingga pesan harus disampaikan secara padat, jelas, dan menarik dalam waktu terbatas guna mempertahankan *atensi* audiens (Aryanto & Irwansyah, 2025).

2.2.7.2. Tahapan Produksi Konten Digital

Untuk menghasilkan konten yang berkualitas dan terstandar, diperlukan tahapan produksi yang sistematis. Masawoy et al. (2024) merinci bahwa proses produksi konten terdiri dari tiga fase utama, yaitu: (1) praproduksi yang meliputi tahap penemuan ide, riset, penyusunan naskah (*scripting*), dan persiapan teknis; (2) produksi yang berfokus pada pengambilan gambar dan visualisasi konsep; serta (3) pascaproduksi yang mencakup proses penyuntingan (*editing*) dan evaluasi. Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) pada setiap tahapan produksi tersebut menjadi aspek yang krusial untuk memastikan alur kerja berjalan secara terstruktur, meminimalkan kesalahan teknis (*error rates*), serta menjaga konsistensi kualitas hasil akhir (Rahmawati et al., 2025).

Konten digital menjadi acuan dalam penyusunan Modul SOP Produksi Konten TikTok ANTARA News karena setiap tahapan produksinya, mulai dari praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi, memerlukan standar pelaksanaan yang jelas. Penyusunan SOP pada setiap tahapan tersebut bertujuan menciptakan alur kerja yang lebih sistematis, mendukung konsistensi kualitas konten, serta meminimalkan potensi kesalahan pada setiap tahapan produksi konten.

2.2.8. Jurnalisme

2.2.8.1. Pengertian Jurnalisme

Jurnalisme merupakan aktivitas pencarian, pengelolaan, penyusunan, dan pendistribusian berita kepada masyarakat luas. Organisasi media menjalankan aktivitas jurnalisme ini sebagai jembatan perantara antara masyarakat dengan pemerintah, sekaligus menjalankan fungsi kontrol sosial dengan mematuhi kaidah dan aturan tertentu untuk menyajikan informasi yang benar dan akurat.

Di era digital, aktivitas ini bertransformasi menjadi jurnalisme media *online* yang dituntut untuk mengutamakan aspek kecepatan dan kebaruan (*updating*) secara *real-time*, namun tetap wajib mempertahankan orientasi utamanya pada kepentingan publik ((Fianto et al., 2023).

2.2.8.2. Prinsip Jurnalisme

Dalam melaksanakan aktivitas produksi berita, setiap jurnalis terikat oleh etika moral profesi yang kokoh. Prinsip jurnalisme tersebut dirumuskan ke dalam sembilan elemen jurnalisme oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2014) yang meliputi:

- Kebenaran: Menempatkan pencarian dan penyampaian fakta yang benar kepada publik sebagai kewajiban paling utama.
- Loyalitas kepada publik: Memiliki komitmen tertinggi untuk selalu mengedepankan kepentingan masyarakat luas di atas kepentingan lainnya.
- Verifikasi: Disiplin melakukan pemeriksaan silang (*cross-check*) dan penyaringan data secara ketat sebelum informasi disebarluaskan.
- Independensi: Menjaga netralitas dan objektivitas laporan dari pengaruh, tekanan, maupun intervensi pihak luar.
- Pemantau kekuasaan: Bertindak sebagai pengawas jalannya kekuasaan secara adil sekaligus menjadi wadah suara bagi masyarakat.
- Forum publik: Menyediakan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan opini, kritik, masukan, maupun klarifikasi terbuka.
- Relevansi informasi: Berupaya kreatif mengemas berita yang penting dan substantif menjadi sajian yang menarik serta relevan bagi audiens.

- Proporsional dan komprehensif: Menyajikan berita secara utuh, seimbang (*cover both sides*), berbobot, dan mencegah terjadinya kesalahan interpretasi.
- Hati nurani: Mewajibkan setiap jurnalis untuk selalu mematuhi kode etik profesional dan tanggung jawab sosial yang bersumber dari hati nurani personal.

2.2.8.3. Berita dan Unsur Berita

Menurut Taya & Irmawati (2023), sebuah produk informasi dinyatakan lengkap dan layak untuk diterbitkan (*publish*) apabila telah memenuhi seluruh komponen dasar di dalam rumus standar 5W+1H. Kelengkapan unsur-unsur tersebut meliputi:

- *What* (Apa): Menyajikan informasi mengenai inti peristiwa atau kejadian yang dilaporkan.
- *Who* (Siapa): Mengidentifikasi subjek, tokoh, pelaku, maupun korban yang terlibat dalam peristiwa.
- *Where* (Di mana): Menunjukkan detail lokasi atau tempat berlangsungnya peristiwa secara akurat.
- *When* (Kapan): Menandakan waktu, hari, tanggal, maupun kronologi jam terjadinya peristiwa.
- *Why* (Mengapa): Memaparkan alasan, latar belakang, atau faktor penyebab yang memicu peristiwa tersebut.
- *How* (Bagaimana): Menjelaskan alur kejadian, mekanisme penanganan, atau dampak lanjutan dari peristiwa yang diangkat.

Konsep jurnalisme menjadi landasan dalam penelitian ini karena kualitas konten berita ANTARA News pada *platform* TikTok tidak hanya ditentukan oleh penyajian visual, tetapi juga oleh terpenuhinya unsur berita dan penerapan prinsip jurnalisme. Meskipun Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2014) mengemukakan sembilan elemen jurnalisme, penelitian ini menggunakan lima

prinsip, yaitu kebenaran (*truth*), verifikasi (*verification*), independensi (*independence*), relevansi (*relevance*), dan proporsionalitas (*proportionality*) karena kelima prinsip tersebut memiliki keterkaitan langsung dengan proses produksi konten serta dapat dioperasionalkan menjadi indikator penilaian serta diamati melalui audit terhadap hasil publikasi konten.

Sementara itu, empat prinsip lainnya lebih menitikberatkan pada peran ANTARA News sebagai lembaga pers serta tanggung jawab profesi jurnalis dalam menjalankan fungsi sosial media kepada masyarakat, sehingga berada di luar ruang lingkup penyusunan dan evaluasi Modul SOP Produksi Konten TikTok ANTARA News. Selain itu, unsur berita 5W+1H digunakan sebagai acuan untuk memastikan setiap konten yang dipublikasikan telah memenuhi kelengkapan informasi sesuai standar pemberitaan.

2.2.9. TikTok

TikTok merupakan aplikasi media sosial berbasis telepon seluler (*mobile-based*) yang memungkinkan pengguna untuk membuat, menyunting, serta membagikan video berdurasi pendek yang didukung oleh integrasi teknologi kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI). TikTok menyediakan berbagai instrumen teknis yang memudahkan pengguna untuk berperan aktif sebagai produsen konten audiovisual (Farahiya et al., 2023; Sugianto & Dulwahab, 2023). Platform ini memfasilitasi terjadinya interaksi sosial di ruang siber yang mengedepankan aspek kreativitas serta orisinalitas dari setiap penggunaanya (Azrial, 2024).

Pemanfaatan TikTok oleh media pemberitaan bertujuan untuk memaksimalkan penyebaran informasi melalui pengemasan berita yang sesuai dengan perilaku audiens digital (Sugianto & Dulwahab, 2023). Menurut Fakhrana et al. (2023), dalam menjalankan fungsinya sebagai media berita, pengelola akun TikTok dituntut melakukan seleksi isu secara ketat dan mengadaptasi gaya bahasa yang informatif agar pesan dapat

diterima dengan baik oleh khalayak. Implementasi strategi publikasi yang terstruktur dan adaptif terhadap tren merupakan faktor penentu keberhasilan konten berita di media sosial TikTok, agar produk yang dihasilkan tidak hanya menarik secara pengemasan, tetapi juga tetap kredibel sesuai dengan unsur berita serta prinsip jurnalisme (Sugianto & Dulwahab, 2023).

TikTok menjadi landasan dalam *project* ini karena merupakan *platform* utama yang digunakan ANTARA News untuk mendistribusikan konten berita kepada audiens digital. Karakteristik TikTok yang mengutamakan penyajian konten audiovisual berdurasi pendek, penyebaran informasi yang cepat, serta penyesuaian terhadap tren menuntut proses produksi konten yang terstruktur tanpa mengabaikan kualitas informasi. Oleh karena itu, penyusunan Modul SOP Produksi Konten TikTok ANTARA News diperlukan sebagai pedoman dalam mengadaptasi konten berita ke *platform* TikTok agar tetap memenuhi unsur berita, menerapkan prinsip jurnalisme, serta mendukung upaya memperkuat *brand image* ANTARA News sebagai lembaga pemberitaan yang terpercaya.