ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol.5, No.10, September 2026

Gaya Penyajian Berita Politik di Tiktok Pojoksatu.Id: Analisis Jurnalisme Digital

Dheandra Maisha Ramadhany[1], Sardi Duryatmo[2], Firdanianty Pramono[3]
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor, Indonesia
E-mail: dheandramaisha@gmail.com[1]

Article History:
Received: 07 Juli 2026
Revised: 27 Agustus 2026
Accepted: 03 September 2026

Keywords: *Gaya Penyajian Berita, Jurnalisme Digital, Media Daring, Pojoksatu.id, TikTok.*

Abstrak: *Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan jurnalisme digital di Indonesia, khususnya pemanfaatan TikTok sebagai saluran distribusi berita politik oleh media daring. Pojoksatu.id, media daring lokal berbasis di Bogor, menjadi pelopor pemanfaatan TikTok sejak 2020 dengan lebih dari 10 juta pengikut. Fenomena ini mencerminkan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat, terutama generasi Z yang mengandalkan media daring sebagai sumber berita utama. Namun demikian, format video pendek TikTok berpotensi membatasi kedalaman informasi yang disajikan. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis gaya penyajian berita politik di akun TikTok @pojoksatu.id menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi konten, wawancara mendalam dengan empat informan, dan dokumentasi di Kota Bogor pada Oktober 2025 hingga Mei 2026, dengan objek analisis delapan berita politik terpilih yang diunggah Januari hingga Februari 2026. Analisis didasarkan pada tiga dimensi: relevan, informatif, dan menarik. Hasil menunjukkan Pojoksatu.id memenuhi dimensi relevan secara konsisten mencakup aktualitas, kedekatan, dan kepentingan publik. Pada dimensi informatif, ditemukan kelemahan pada kelengkapan unsur 5W+1H—khususnya how dan why—serta kurangnya verifikasi dan keberimbangan informasi, terutama pada rubrik Dipojokin. Dimensi menarik menjadi kekuatan utama dengan indikator visual, hook, narasi, dan call-to-action terpenuhi hampir sempurna. Kesimpulannya, Pojoksatu.id adaptif terhadap ekosistem TikTok, namun perlu meningkatkan kualitas informatif agar sejalan dengan prinsip jurnalisme profesional.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah cara

masyarakat mengonsumsi informasi. Media tradisional tidak lagi menjadi sumber berita utama, terutama bagi Generasi Z yang lebih banyak mengakses informasi melalui media sosial. Salah satu platform yang mengalami perkembangan pesat adalah TikTok, yang tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi politik yang bersifat real-time, visual, dan interaktif. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Teori Ekologi Media, yang memandang media bukan sekadar alat komunikasi, melainkan lingkungan yang membentuk cara berpikir, perilaku, dan pola interaksi manusia. Dalam konteks TikTok, algoritme personalisasi, fitur interaktif, dan format visual berperan dalam memengaruhi cara Generasi Z mengakses serta merespons informasi politik (Ginting & Pribadi, 2025).

Perubahan tersebut merupakan bagian dari fenomena konvergensi media yang mendorong media daring menyesuaikan strategi penyajian berita agar sesuai dengan karakteristik audiens digital (Windiani et al., 2024). Salah satu media yang berhasil memanfaatkan peluang ini adalah Pojoksatu.id, media lokal yang telah terverifikasi Dewan Pers, menjadi finalis AMSI Awards 2024, termasuk dalam program pilot TikTok tahun 2020, serta memiliki 10,2 juta pengikut dan 278,9 juta tanda suka di TikTok (TikTok @pojoksatu.id, 2025). Indonesia sendiri merupakan negara dengan pengguna aktif TikTok terbesar kedua di dunia sebanyak 108 juta pengguna (DataReportal, 2025) dan memiliki durasi menonton TikTok tertinggi, yaitu rata-rata 41 jam 35 menit per bulan (Riyanto & Pratomo, 2024), sehingga menjadikan platform ini sangat potensial sebagai media penyebaran informasi politik.

Keberhasilan Pojoksatu.id menunjukkan bahwa media lokal mampu bersaing dengan media nasional melalui penyajian berita yang cepat, ringkas, visual, dan mudah dipahami sesuai karakteristik jurnalisme digital (Nurlita et al., 2023; Muliawanti, 2018). Berita politik dipilih karena memiliki tingkat keterlibatan publik yang tinggi serta berperan dalam pembentukan wacana publik di media daring (Anam, 2017; Effendi et al., 2023). Namun, penelitian terdahulu mengenai jurnalisme digital di TikTok (Agustin et al., 2023; Marhamah & Fauzi, 2021; Demetrio et al., 2024; Gunawan & Yoedtadi, 2025; Ginting & Pribadi, 2025) belum secara khusus mengkaji gaya penyajian berita politik berdasarkan tiga dimensi, yaitu relevan, informatif, dan menarik. Kesenjangan penelitian inilah yang menjadi novelty penelitian ini.

Berdasarkan research gap tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis gaya penyajian berita politik pada akun TikTok Pojoksatu.id melalui perspektif jurnalisme digital dengan menggunakan tiga dimensi, yaitu relevan, informatif, dan menarik, sehingga dapat memberikan pemahaman mengenai representasi baru penyajian berita politik pada platform media sosial berbasis video pendek.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam gaya penyajian berita politik yang diterapkan oleh Pojoksatu.id di platform TikTok. Desain studi kasus digunakan karena memungkinkan peneliti mengkaji suatu fenomena secara mendalam dalam konteks nyata, sehingga dapat memahami proses seleksi fakta, penyajian berita, serta makna yang terkandung dalam konten berita politik (Ilhami *et al*., 2024).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kota Bogor, tepatnya di Jl. Re. Martadinata No. 25, RT 01/RW 06, Ciwaringin, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16124. Penelitian dilakukan

selama periode 1 Oktober 2025–31 Mei 2026. Adapun analisis terhadap objek penelitian berupa konten berita politik pada akun TikTok Pojoksatu.id difokuskan pada video yang diunggah selama periode 1 Januari–28 Februari 2026.

Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah konten berita politik pada akun TikTok Pojoksatu.id yang diunggah selama 1 Januari–28 Februari 2026. Dari 94 video yang diamati, dipilih delapan video dengan jumlah *views* tertinggi menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan relevansi terhadap tujuan penelitian, bukan untuk generalisasi (Subhaktiyasa, 2024).

Subjek penelitian meliputi pemimpin redaksi, tim media sosial, dan pengikut akun TikTok Pojoksatu.id. Informan terdiri atas informan kunci yang terlibat dalam proses editorial serta informan pendukung sebagai audiens. Pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* berdasarkan peran, pengetahuan, dan keterlibatan mereka dalam penelitian (Subhaktiyasa, 2024).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan tiga teknik pengumpulan data:

1. Observasi Konten, dilakukan terhadap video TikTok @pojoksatu.id dengan mengamati struktur berita, kualitas visual, gaya penyampaian, *caption*, *hashtag*, dan respons audiens. Analisis menggunakan lembar observasi berdasarkan dimensi relevan, informatif, dan menarik, dengan setiap video diamati minimal dua kali.
2. Wawancara Mendalam, dilakukan secara semi-terstruktur kepada Guruh Permadi (Pemimpin Redaksi), M. Asep Baharudinsyah (Manajer Media Sosial), dan pengikut akun TikTok untuk memperoleh perspektif mengenai proses produksi dan persepsi audiens. Seluruh wawancara direkam dan ditranskripsi.
3. Dokumentasi, meliputi tangkapan layar, arsip video, *caption*, *hashtag*, data *engagement*, dokumen pendukung (pedoman editorial, SOP, TikTok Analytics), serta referensi visual. Seluruh data dikategorikan dan disimpan secara sistematis.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara induktif menggunakan analisis konten (*content analysis*) terhadap hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengkaji gaya penyajian berita politik berdasarkan dimensi relevan, informatif, dan menarik. Proses analisis mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Rahmani *et al*., 2025).

Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data mengacu pada kriteria credibility, transferability, dependability, dan confirmability (Husnullail *et al*., 2024). Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan data dari berbagai informan. Sebagai narasumber triangulasi, peneliti melibatkan Heri Effendi, praktisi jurnalistik yang berpengalaman di Harian Posmetro, Warta Kota, Tribun Bekasi.com, dan saat ini bekerja di Harian Pos Kota. Triangulasi ini dilakukan untuk memverifikasi konsistensi data dan meningkatkan kredibilitas temuan mengenai gaya penyajian berita politik di TikTok Pojoksatu.id (Husnullail *et al*., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Gaya Penyajian Berita Politik

Berdasarkan hasil observasi dan pemantauan secara mendalam pada akun TikTok @Pojoksatu.id selama periode Januari hingga Februari 2026, peneliti telah mengidentifikasi berbagai unggahan konten yang berkaitan dengan isu politik nasional. Selama periode dua bulan tersebut, ditemukan populasi data sebanyak 94 berita politik.

Namun demikian, sejalan dengan fokus penelitian untuk menganalisis jurnalisme digital melalui gaya penyajian yang memiliki dampak dan interaksi tinggi, peneliti melakukan reduksi data. Dari total populasi tersebut, dipilih 8 berita utama yang akan dianalisis secara kualitatif. Peneliti menetapkan 8 berita ini dengan pertimbangan bahwa konten tersebut memiliki tingkat interaksi *(engagement)* yang signifikan, yakni mencapai jutaan tayangan, serta mewakili beragam klaster isu politik seperti kebijakan strategis pemerintah, reformasi institusi kepolisian, hingga fenomena gaya hidup pejabat publik.

Berikut adalah rincian 8 berita politik terpilih yang akan menjadi subjek analisis pada penelitian ini:

Tabel 1. Daftar Berita Politik TikTok Pojoksatu.id (Januari–Februari 2026)

No.	Judul Berita	Unggah	Jumlah Tayangan	Jumlah Suka	Jumlah Bagikan
1.	Upaya *Buzzer* Buat Poles Citra MBG	23 Januari 2026	4,2 juta	143,5 ribu	**6.736**
2.	Polri di Bawah Kementerian: Reformasi atau Dilemahkan?	27 Januari 2026	2,7 juta	140,9 ribu	**4.971**
3.	Gelagapan Saat Ditanya: DPR Soroti Kapolres Sleman soal Penetapan Korban Jadi Tersangka	29 Januari 2026	2,4 juta	98,3 ribu	**3.282**
4.	MBG Mau Ukur Otak Tapi Porsinya Masih Dipersoalkan	31 Januari 2026	2,6 juta	273,2 ribu	**29.900**
5.	Lapak Berantakan, Satgas Dispora Jadi Sorotan: "Kalo Punya Otak, Ikuti Pemerintah"	12 Februari 2026	10 juta	226,7 ribu	**3.590**
6.	Tersorot Kamera! Seskab Teddy Ungkap Kekecewaan Saat Tak Diberi Waktu Bicara	21 Februari 2026	20,2 juta	839,9 ribu	**33.800**
7.	Kata DPR, Nanti Mudik Dilarang Pakai Motor	22 Februari 2026	9,4 juta	552,1 ribu	**39.700**
8.	Noni Belanda Kaltim Blusukan Pakai *Outfit* Miliaran	28 Februari 2026	8,9 juta	502,2 ribu	**36.800**

Sumber: Observasi Peneliti (akses April 2026)

Pembahasan Gaya Penyajian Berita Politik

Kajian terhadap delapan berita politik di akun TikTok @pojoksatu.id periode Januari hingga Februari 2026 mengungkap pola yang cukup konsisten dalam cara Pojoksatu.id menyajikan informasi politik. Meskipun masing-masing berita memiliki pendekatan yang berbeda bergantung pada rubrik yang digunakan—rubrik Dipojokin yang berkarakter kritis, provokatif, dan bernuansa opini, serta rubrik Jadi *Notice* yang lebih mengutamakan pelaporan berbasis fakta—secara keseluruhan terlihat adaptasi yang kuat terhadap tuntutan platform TikTok sebagai media video pendek. Platform tersebut mensyaratkan penyajian yang cepat, ringkas, kaya daya tarik visual, dan sanggup membangun keterlibatan audiens dalam hitungan detik.

Bentuk adaptasi itu tampak pada kemampuan Pojoksatu.id memanfaatkan elemen-elemen khas TikTok, antara lain pembuka yang kuat dalam tiga detik pertama (*hook*), penggunaan visual yang mencolok (*eye-catching*), narasi yang dinamis dan emosional, serta ajakan interaksi (*Call-to-action*) yang mendorong audiens untuk menyukai, berkomentar, dan membagikan konten. Pendekatan semacam ini berhasil mengubah berita politik dari sekadar penyampai informasi menjadi konten yang mudah dikonsumsi, menghibur, dan mampu menarik minat generasi muda sebagai pengguna terbesar TikTok di Indonesia.

Temuan secara menyeluruh menggambarkan bahwa Pojoksatu.id telah berhasil menjadikan TikTok sebagai saluran yang efektif untuk mendistribusikan berita politik. Temuan ini sejalan dengan Suryaputri (2021) yang menemukan bahwa CNBC Indonesia, Urbanasia.com, dan TribunJabar.id memanfaatkan TikTok sebagai media pemberitaan untuk memperkuat branding dan menjangkau audiens muda, serta menerapkan etika dan kaidah jurnalistik secara fleksibel sesuai karakteristik platform. Namun demikian, capaian dalam menarik audiens perlu diimbangi dengan peningkatan kualitas informasi agar selaras dengan prinsip jurnalisme yang bertanggung jawab. Gambaran sistematis atas seluruh temuan tersebut dapat dilihat pada rekapitulasi berikut.

Tabel 2. Matriks Gaya Penyajian Berita Politik

No.	Dimensi	Indikator	Sampel								∑	Persentase %
			1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**		
1	Relevan	Aktualitas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	**100**
		Kedekatan	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	**100**
		Kepentingan publik	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	**100**
2	Informatif	Kelengkapan 5W + 1H	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	1	**12,5**
		Struktur piramida terbalik	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	**100**
		Akurasi dan verifikasi	✗	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗	3	**38**
		Bahasa yang efektif	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	**100**
3	Menarik	Visual *eye-catching*	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	**100**
		Hook/opening	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	**100**
		Narasi *compelling*	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	**100**
		Call-to-action	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	7	**88**
Total			**9**	**9**	**9**	**9**	**11**	**10**	**9**	**9**	**75**	**85**

Sumber: Olahan Peneliti (April 2026)

Keterangan:
✓ = Terpenuhi

✗ = Tidak Terpenuhi

Ringkasan Temuan Berdasarkan Tiga Dimensi

Setelah melakukan analisis konten terhadap delapan berita politik di akun TikTok @pojoksatu.id, peneliti melengkapi temuan tersebut dengan data wawancara mendalam bersama empat orang informan.

Dua informan pertama merupakan pihak internal Pojoksatu.id, yaitu Guruh Permadi dan M. Asep Baharudinsyah. Guruh Permadi merupakan Pemimpin Redaksi sekaligus Redaktur Pelaksana yang telah mendedikasikan dirinya di Pojoksatu.id selama sepuluh tahun dan kini memasuki tahun kesebelas masa kerjanya. Latar belakang pendidikannya sebagai lulusan Sarjana (S1) Sastra Indonesia dari Universitas Negeri Surabaya memberikan landasan kuat bagi dirinya dalam mengawal arah redaksional. Sementara itu, M. Asep Baharudinsyah selaku Manajer Media Sosial merupakan lulusan pendidikan menengah atas (SMA) yang telah mengelola platform digital media ini selama enam tahun. Keduanya dipilih karena memiliki otoritas tertinggi serta keterlibatan langsung dalam proses pengambilan keputusan editorial sekaligus manajemen distribusi konten di platform TikTok @pojoksatu.id, sehingga mampu memberikan konfirmasi dan penjelasan mendalam atas pola yang ditemukan dalam analisis konten.

Dua informan berikutnya berasal dari pihak eksternal untuk mewakili perspektif audiens, yaitu Candra Cahya Kusuma dan Naila A. B. Surbakti. Candra merupakan seorang warga Bogor yang telah mengikuti akun @pojoksatu.id selama kurang lebih satu tahun, sedangkan Naila merupakan salah satu pengikut aktif dari platform TikTok tersebut. Kehadiran kedua informan eksternal ini dinilai krusial untuk menangkap sisi penerimaan, respons, serta persepsi publik secara langsung sebagai sasaran utama dari konten yang diproduksi. Di samping itu, peneliti juga mewawancarai Heri Effendi, wartawan Pos Kota, sebagai informan triangulasi untuk memperkuat data yang diperoleh dari informan utama. Data hasil wawancara mendalam bersama kelima informan ini selanjutnya diintegrasikan ke dalam masing-masing dimensi pembahasan berikut.

Dimensi Relevan

Seluruh delapan berita yang dianalisis memenuhi dimensi relevan secara penuh (100%). Pojoksatu.id secara ajeg memilih isu-isu yang memiliki nilai aktualitas tinggi, kedekatan yang kuat baik secara geografis maupun psikologis, serta signifikansi yang nyata bagi Kepentingan publik. Pilihan topik mencakup isu-isu yang tengah ramai diperbincangkan masyarakat, seperti Program Makan Bergizi Gratis (MBG), wacana reformasi kelembagaan Polri, tradisi mudik Lebaran, hingga persoalan gaya hidup pejabat publik.

Hal ini dikonfirmasi oleh Guruh Permadi selaku Pemimpin Redaksi/Redaktur Pelaksana. Ia menyatakan bahwa pemilihan isu sepenuhnya berorientasi pada potensi keterlibatan audiens:

> *"Pertimbangan utamanya adalah potensi engagement dan jumlah penonton. Kami melihat apakah isu tersebut sedang ramai dibicarakan dan memiliki peluang menarik perhatian publik. Jika isu sedang hype dan memiliki engagement tinggi, maka kemungkinan besar akan diangkat menjadi konten."* (Wawancara dengan Guruh Permadi, 4 Mei 2026).

M. Asep Baharudinsyah selaku Manajer Media Sosial menambahkan bahwa kedekatan konten dengan audiens merupakan strategi yang dirancang secara sadar dalam pengemasan isu:

> *"Strategi utamanya adalah mengubah isu politik yang umumnya dianggap berat menjadi lebih mudah dipahami, cepat ditangkap, dan dekat dengan kehidupan audiens. Kami fokus pada konflik, dampak kebijakan, emosi publik, serta pertanyaan yang memancing rasa penasaran."* (Wawancara dengan M. Asep Baharudinsyah, 6 Mei 2026).

Dari sisi *audiens*, Candra Cahya Kusuma, warga Bogor yang telah mengikuti @pojoksatu.id sekitar satu tahun, menyampaikan alasan awalnya mengonsumsi konten tersebut:

> *"Alasan awalnya karena kontennya sering muncul di For You Page (FYP) dan membahas topik yang sedang naik daun, salah satunya isu politik, dengan format yang singkat dan mudah dipahami."* (Wawancara dengan Candra Cahya Kusuma, 25 April 2026).

Naila A. B. Surbakti, pengikut aktif TikTok Pojoksatu.id, memberikan perspektif yang serupa sekaligus membandingkannya dengan akun berita lain:

> *"Saya juga mengikuti akun berita lain seperti Narasi dan beberapa media nasional lainnya. Perbedaannya, @pojoksatu.id memiliki gaya penyampaian yang lebih berani dan kritis dibanding akun lain yang cenderung lebih formal."* (Wawancara dengan Naila A. B. Surbakti, 8 Mei 2026).

Temuan ini diperkuat oleh Heri Effendi, wartawan Pos Kota yang menjadi triangulasi sumber dalam penelitian ini. Ia mengonfirmasi bahwa aktualitas dan relevansi isu dalam penyajian berita digital di platform seperti TikTok merupakan hal yang sudah semestinya diterapkan media daring saat ini:

> *"Dalam jurnalisme digital, berita memang harus disajikan secepat mungkin. Namun, kecepatan tersebut tetap harus diimbangi dengan akurasi informasi. Selain itu, penyajian berita perlu dikemas dalam bentuk konten yang kreatif agar tidak terkesan sebagai duplikasi dan dapat lebih mudah dikenali oleh algoritma platform digital."* (Wawancara dengan Heri Effendi, 6 Juni 2026).

Heri Effendi juga menegaskan bahwa dalam konteks media digital, relevansi berita tidak hanya ditentukan oleh kedekatan geografis, melainkan juga oleh kedekatan psikologis dengan audiens:

> *"Pojoksatu memiliki rubrik nasional sehingga wajar apabila menyajikan berita-berita berskala nasional. Dalam konteks media digital, relevansi berita tidak hanya ditentukan oleh kedekatan geografis, tetapi juga oleh kedekatan psikologis dengan audiens. Oleh karena itu, isu-isu nasional yang sedang ramai diperbincangkan tetap memiliki nilai berita yang tinggi meskipun tidak secara langsung berkaitan dengan wilayah tertentu."* (Wawancara dengan Heri Effendi, 6 Juni 2026).

Dimensi Informatif

Pada dimensi ini tampak kesenjangan yang cukup mencolok antara dua rubrik yang digunakan. Rubrik Jadi *Notice* menunjukkan kualitas informatif yang lebih tinggi, tercermin dari kelengkapan 5W+1H, penerapan Struktur piramida terbalik, serta Akurasi dan verifikasi fakta yang lebih terjaga. Sebaliknya, rubrik Dipojokin cenderung lebih lemah, terutama pada pemenuhan unsur *How* dan *Why*, serta penerapan prinsip keberimbangan (*cover both sides*). Dengan demikian, dimensi informatif menjadi titik kelemahan utama dalam gaya penyajian berita politik Pojoksatu.id di TikTok.

Guruh Permadi secara terbuka mengakui bahwa keterbatasan informatif merupakan konsekuensi yang disadari dari tuntutan format platform, bukan kelalaian produksi:

> *"Dalam konten TikTok, durasi menjadi pertimbangan utama. Berdasarkan analisis kami, video yang efektif umumnya berdurasi sekitar 30 detik. Tiga detik pertama sangat menentukan karena menjadi hook agar penonton tetap bertahan. Karena keterbatasan durasi, unsur how dan why terkadang tidak disampaikan secara lengkap. Dalam media online saat ini, unsur 5W+1H tidak selalu harus ditampilkan sepenuhnya, terutama untuk format video pendek yang sangat bergantung pada momentum dan angle penyajian."*

(Wawancara dengan Guruh Permadi, 4 Mei 2026).

Ia juga menjelaskan pendekatan yang diambil tim terkait prinsip *cover both sides* pada rubrik Dipojokin:

> *"Dalam penyajian konten TikTok, memang ada unsur opini yang sengaja dimasukkan. Namun, opini tersebut berasal dari penyaringan berbagai pendapat publik yang berkembang. Bagi kami, hal itu menjadi bagian dari strategi pengemasan konten. Meski demikian, kami tetap berusaha menjaga agar opini tidak berkembang menjadi hoaks atau opini liar tanpa dasar."* (Wawancara dengan Guruh Permadi, 4 Mei 2026).

M. Asep Baharudinsyah memperkuat temuan ini dengan mengonfirmasi secara langsung kesulitan memasukkan unsur *Why* dan *How* ke dalam konten pendek:

> *"Biasanya unsur why dan how paling sulit dimasukkan karena membutuhkan konteks dan penjelasan yang lebih panjang, sedangkan TikTok menuntut informasi yang cepat dan padat. Konten yang terlalu lengkap terkadang justru membuat audiens kehilangan fokus. Di TikTok, tantangannya adalah bagaimana menyampaikan inti informasi secara cepat tetapi tetap akurat."* (Wawancara dengan M. Asep Baharudinsyah, 6 Mei 2026).

Dari sisi audiens, Candra Cahya Kusuma merasakan langsung keterbatasan informatif tersebut dalam pengalamannya mengonsumsi konten Pojoksatu.id:

> *"Menurut saya, informasi dalam video tersebut belum cukup lengkap karena lebih menekankan pada sisi kritik, tetapi tidak disertai penjelasan yang lebih menyeluruh atau data pendukung yang jelas. Hal ini membuat saya ingin mencari informasi tambahan dari sumber lain supaya bisa memahami kondisi sebenarnya secara lebih utuh dan tidak hanya dari satu sudut pandang saja."* (Wawancara dengan Candra Cahya Kusuma, 25 April 2026).

Naila A. B. Surbakti juga mengidentifikasi absennya pencantuman sumber sebagai hal yang memengaruhi kepercayaannya terhadap konten:

> *"Saya menyadari ada beberapa video yang tidak mencantumkan nama subjek atau sumber data secara jelas. Menurut saya, hal tersebut dapat memengaruhi tingkat kepercayaan audiens karena pencantuman sumber penting untuk mendukung validitas informasi." (Naila A. B. Surbakti, wawancara, 8 Mei 2026).*

Temuan mengenai kelemahan dimensi informatif ini mendapat konfirmasi dari Heri Effendi selaku triangulasi sumber. Ia menilai bahwa keterbatasan unsur *why* dan *how* dalam konten TikTok merupakan kondisi yang lazim ditemukan dalam praktik jurnalisme berbasis platform video pendek:

> *"Dalam praktiknya, konten berita di TikTok sering kali berfungsi sebagai penyampaian informasi secara singkat, mirip dengan headline atau lintasan berita dalam televisi. Keterbatasan durasi membuat unsur why dan how tidak selalu dapat dijelaskan secara mendalam. Jika kedua unsur tersebut dijelaskan secara rinci, durasi video akan bertambah, sedangkan algoritma TikTok cenderung lebih mendukung konten yang lebih singkat."* (Wawancara dengan Heri Effendi, 6 Juni 2026).

Terkait perbedaan praktik verifikasi antara rubrik Dipojokin dan Jadi *Notice*, Heri Effendi memandangnya sebagai konsekuensi wajar dari perbedaan karakteristik masing-masing rubrik:

> *"Perbedaan praktik verifikasi antara rubrik Dipojokin dan Jadi Notice merupakan hal yang wajar karena masing-masing memiliki karakteristik penyajian yang berbeda. Dipojokin lebih banyak menghadirkan variasi konten, sedangkan Jadi Notice cenderung mengangkat isu yang sudah ramai diperbincangkan sehingga berpotensi menarik lebih banyak penonton dan meningkatkan jumlah pengikut media."* (Wawancara dengan Heri Effendi, 6 Juni 2026).

Dimensi Menarik (*Engaging*)

Dimensi menarik merupakan kekuatan terbesar Pojoksatu.id dalam penyajian berita politik di TikTok (hampir 100%). Hampir seluruh berita memenuhi indikator Visual *eye-catching,* pembuka (*hook*) yang kuat pada tiga detik pertama, narasi yang *compelling*, serta *Call-to-action* yang efektif. Pemanfaatan *thumbnail* yang provokatif, teks *overlay* berlatar kontras, dan bahasa yang akrab dengan budaya percakapan audiens TikTok berhasil menciptakan tingkat keterlibatan yang tinggi—terbukti dari angka tayangan yang mencapai jutaan hingga puluhan juta per konten.

M. Asep Baharudinsyah menjelaskan bahwa perbedaan strategi antara kedua rubrik merupakan rancangan yang disengaja dan memiliki dampak berbeda pada performa konten:

> *"Dipojokin memang dirancang lebih agresif untuk memancing engagement cepat seperti komentar, share, dan reaksi emosional. Sementara itu, Jadi Notice lebih diarahkan untuk memancing diskusi dan rasa penasaran audiens. Dampaknya cukup berbeda—Dipojokin biasanya unggul dalam reach dan jumlah komentar karena emosinya lebih kuat, sedangkan Jadi Notice cenderung menghasilkan diskusi yang lebih panjang dan retention yang lebih stabil."* (Wawancara dengan M. Asep Baharudinsyah, 6 Mei 2026).

Guruh Permadi mengonfirmasi bahwa seluruh elemen daya tarik tersebut bukan produk kreativitas spontan, melainkan hasil standarisasi yang terencana dalam sistem produksi konten:

> *"Tentu ada. Struktur pembuka, hook, hingga template penulisan sudah dirumuskan oleh tim media sosial. Naskah berita dari website tidak bisa langsung dipindahkan ke TikTok karena akan terasa kaku. Karena itu, perlu penyesuaian khusus agar lebih sesuai dengan gaya komunikasi TikTok."* (Wawancara dengan Guruh Permadi, 4 Mei 2026).

Candra Cahya Kusuma mengakui bahwa daya tarik konten Pojoksatu.id berhasil menarik perhatiannya, namun ia juga menyadari kecenderungan konten menggiring opini:

> *"Ada sebagian video terasa seperti menggiring opini, terutama yang menggunakan diksi yang menekankan sisi kontroversial. Contohnya, ada video yang lebih menonjolkan konflik dibanding penjelasan faktanya, sehingga menurut saya memungkinkan membentuk persepsi tertentu pada penonton."* (Wawancara dengan Candra Cahya Kusuma, 25 April 2026).

Naila A. B. Surbakti menyampaikan pengalamannya mengonsumsi kedua rubrik dan penilaiannya terhadap keseimbangan antara daya tarik dan objektivitas konten:

> *"Konten berita politik dari @pojoksatu.id membantu saya lebih memahami perkembangan isu politik di Indonesia. Namun, gaya penyampaian yang cukup tajam terkadang juga memunculkan respons emosional. Saya lebih menyukai rubrik Jadi Notice ketika membutuhkan informasi yang lebih netral dan berbasis fakta. Namun, rubrik Dipojokin juga menarik karena memberikan sudut pandang yang lebih kritis terhadap isu tertentu."* (Wawancara dengan Naila A. B. Surbakti, 8 Mei 2026).

Keunggulan dimensi menarik yang ditemukan dalam penelitian ini juga dikonfirmasi oleh Heri Effendi selaku narasumber triangulasi. Ia menilai bahwa penggunaan elemen-elemen daya tarik seperti pembuka satire, narasi kritis, dan *call-to-action* merupakan strategi yang sesuai dengan tuntutan platform TikTok:

> *"Pada platform digital seperti TikTok, beberapa detik pertama sangat menentukan apakah audiens akan melanjutkan menonton atau tidak. Oleh karena itu, penggunaan kalimat pembuka yang bersifat satire atau kritik dapat menjadi strategi untuk menarik perhatian audiens agar tidak langsung melewati video tersebut."* (Wawancara dengan Heri Effendi, 6 Juni 2026).

Heri Effendi juga mengonfirmasi bahwa penggunaan *call-to-action* seperti ajakan berbagi konten memiliki tujuan yang jelas dari perspektif distribusi jurnalisme digital:

"Penggunaan ajakan seperti 'share biar makin banyak yang aware' bertujuan untuk mendorong audiens membagikan konten sehingga jangkauan video menjadi lebih luas. Selain membantu performa algoritma, strategi ini juga dapat meningkatkan jumlah penonton, memperkuat brand awareness, dan menambah jumlah pengikut media." (Wawancara dengan Heri Effendi, 6 Juni 2026).

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya penyajian berita politik Pojoksatu.id di TikTok sangat terampil dalam menghasilkan konten yang relevan dan menarik bagi audiens digital muda. Keberhasilan ini mencerminkan adaptasi yang matang terhadap ekosistem media sosial. Meski demikian, terdapat ruang perbaikan yang signifikan pada aspek informatif—khususnya menyangkut kelengkapan unsur *How* dan *Why*, verifikasi fakta, serta penerapan prinsip keberimbangan—agar penyajian berita semakin selaras dengan standar jurnalisme profesional di era digital. Peningkatan pada dimensi ini tidak hanya akan memperkuat kredibilitas Pojoksatu.id sebagai media yang telah terverifikasi Dewan Pers, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan literasi politik masyarakat, khususnya generasi Z yang kian mengandalkan TikTok sebagai sumber informasi utama mereka.

Kelengkapan unsur 5W+1H—khususnya *How* dan *Why*—bukan sekadar formalitas teknis jurnalistik. Keduanya merupakan fondasi utama agar berita mampu memberikan pemahaman yang menyeluruh dan kontekstual kepada audiens. Tanpa penjelasan bagaimana suatu peristiwa atau kebijakan berlangsung, dan tanpa latar belakang tentang mengapa hal tersebut terjadi, audiens hanya menerima informasi di permukaan yang rawan menimbulkan salah tafsir atau kesimpulan sepihak.

Hal yang dianggap krusial adalah pemenuhan prinsip verifikasi fakta dan keberimbangan sumber. Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan Dewan Pers menegaskan bahwa jurnalis berkewajiban menghasilkan berita yang akurat dan berimbang, serta senantiasa menguji kebenaran informasi sebelum disajikan kepada publik. Demikian pula Pedoman Pemberitaan Media Siber Dewan Pers menyatakan bahwa setiap informasi wajib terverifikasi, dan berita yang berpotensi merugikan pihak tertentu harus menyertakan tanggapan dari pihak yang bersangkutan dalam berita yang sama.

Dalam konteks penyajian berita politik di TikTok, absennya elemen-elemen tersebut membawa tiga dampak faktual yang serius:

a. Peran TikTok sebagai sumber informasi politik semakin signifikan, namun platform ini juga menyimpan risiko polarisasi yang perlu diwaspadai. Berdasarkan analisis terhadap lebih dari 160.000 akun publik TikTok dan lebih dari 16 juta video, Li *et al*. (2025) menemukan bahwa pengguna cenderung membentuk jaringan yang homogen secara ideologis, di mana mereka lebih banyak terpapar pada konten yang selaras dengan pandangan politik mereka sendiri. Studi tersebut juga mengungkapkan bahwa pengguna dengan orientasi ideologi yang lebih ekstrem cenderung lebih aktif memproduksi konten politik. Lebih lanjut, mekanisme keterlibatan seperti jumlah tayangan, likes, komentar, dan berbagi konten terbukti berfungsi sebagai penguatan sosial yang mendorong pengguna untuk terus menghasilkan konten politik. Pola ini mengindikasikan bahwa TikTok berpotensi memperkuat polarisasi sekaligus membatasi paparan pengguna terhadap keberagaman perspektif.
b. Keterbatasan literasi media dapat meningkatkan kerentanan pengguna muda terhadap penyebaran berita palsu di TikTok. Melalui wawancara semi-terstruktur terhadap mahasiswa pengguna TikTok di tiga universitas di Danang, Vietnam, Lan dan Tung (2024) menemukan bahwa mahasiswa pada umumnya menyadari keberadaan konten tidak akurat di platform tersebut, meskipun tingkat kepercayaan mereka terhadap informasi yang dikonsumsi bervariasi.

Kepercayaan pengguna terhadap suatu konten dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kredibilitas kreator, tingkat keterlibatan pengguna seperti jumlah likes, komentar, dan pengikut, serta seberapa familiar pengguna dengan kreator tersebut. Studi ini juga menunjukkan bahwa kemampuan literasi media di kalangan partisipan masih beragam, dan sebagian pengguna tidak secara aktif melakukan verifikasi terhadap informasi yang mereka konsumsi. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan kemampuan berpikir kritis dan literasi digital, khususnya di kalangan pengguna muda.

c. Penyebaran misinformasi secara masif merupakan ancaman nyata bagi integritas epistemik demokrasi. Lewandowsky *et al*. (2023) berargumen bahwa demokrasi membutuhkan landasan pengetahuan bersama yang dapat dipercaya oleh seluruh warga negara, mencakup kepercayaan terhadap proses elektoral maupun ketersediaan informasi yang akurat untuk mendukung perdebatan kebijakan publik. Ketika misinformasi disebarluaskan secara terorganisir, seperti yang terjadi dalam isu perubahan iklim dan pandemi COVID-19, kepercayaan publik terhadap institusi ilmiah dan proses demokratis dapat terkikis secara serius. Dalam kondisi masyarakat yang terpapar informasi keliru secara terus-menerus, kemampuan kolektif warga untuk menghasilkan keputusan yang rasional dan berbasis fakta menjadi terganggu. Oleh karena itu, kualitas ekosistem informasi secara keseluruhan, termasuk pada platform digital yang semakin banyak digunakan sebagai sumber berita, menjadi aspek krusial dalam menjaga keberlangsungan demokrasi yang sehat.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Pojoksatu.id berhasil menerapkan strategi jurnalisme digital yang adaptif di platform TikTok dengan menyajikan berita politik yang cepat, ringkas, visual, dan mudah dipahami sesuai karakteristik audiens media sosial.

Pada dimensi relevan, seluruh konten yang dianalisis memiliki aktualitas tinggi dan berkaitan dengan kepentingan publik sehingga mampu menarik perhatian, terutama generasi muda pengguna TikTok.

Pada dimensi informatif, Pojoksatu.id telah menyampaikan informasi secara singkat, jelas, dan efektif melalui bahasa yang komunikatif serta penempatan informasi penting di awal video. Namun, masih terdapat kekurangan pada kelengkapan unsur 5W+1H, khususnya unsur *why* dan *how*, serta belum optimalnya keberimbangan sumber dan proses verifikasi pada beberapa konten.

Pada dimensi menarik, Pojoksatu.id unggul dalam penggunaan *hook*, visual dinamis, teks pendukung, musik, dan gaya penyampaian yang komunikatif sehingga mampu meningkatkan perhatian dan keterlibatan audiens. Strategi tersebut membuat berita politik lebih mudah dipahami oleh pengguna media sosial.

Secara keseluruhan, gaya penyajian berita politik Pojoksatu.id mencerminkan transformasi jurnalisme digital yang menekankan kecepatan, daya tarik visual, dan keterlibatan audiens, namun tetap perlu meningkatkan kualitas informasi, akurasi, keberimbangan, dan penerapan prinsip jurnalistik.

Saran

1. Bagi Pojoksatu.id, disarankan melengkapi informasi dalam setiap konten, terutama unsur penyebab (*why*) dan proses (*how*) suatu peristiwa agar pemahaman audiens lebih komprehensif.
2. Pojoksatu.id juga perlu memperkuat proses verifikasi, menjaga keberimbangan sumber, serta menyertakan tautan artikel lengkap pada setiap unggahan TikTok agar audiens memperoleh

informasi yang lebih mendalam.

3. Bagi media daring lainnya, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan penyajian berita di media sosial yang menarik tanpa mengabaikan prinsip-prinsip jurnalistik profesional.
4. Bagi masyarakat, khususnya generasi muda, diharapkan lebih kritis dalam mengonsumsi berita dengan memperhatikan kebenaran dan kelengkapan informasi, bukan hanya aspek viralitas dan visualisasi.
5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan mengembangkan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif atau analisis audiens untuk mengkaji pengaruh gaya penyajian berita TikTok terhadap pemahaman dan partisipasi politik masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

Agustin, A., Sihabudin, A., & Duku, S. (2023). Trend jurnalisme online pada aplikasi TikTok (studi kasus jurnalisme online dalam akun Tiktok@ Sripoku. com). *Jurnal Multidisipliner Kapalamada*, *2*(01), 64-72.

Anam, M. K. (2017). Analisis respons netizen terhadap berita politik di media online. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Fakultas Ilmu Komputer Universitas Al Asyariah Mandar*, *3*(1), 14-21.

Bulele, Y. N. (2020, November). Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus TikTok. In *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, *1*(1), 565-572.

Dalimunthe, R. S. (2025). Analisis gaya komunikasi presenter dalam penyampaian berita pada program Patroli Files di akun TikTok @patroli. indosiar. *KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik*, *4*(2), 155-161.

Demetrio, Y. A., Kedoh, L. N., & Bastian, M. D. (2024). Produksi video berita pada media sosial TikTok Ekora NTT. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, *4*(3), 2319-2328.

Effendi, E., Tursina, I., Aini, L., & Rizky, A. (2023). Dasar-dasar penulisan berita. *Jurnal Dakwah Islam*, *7*(1), 1-9.

Ginting, G. E. B., & Pribadi, M. A. (2025). Persepsi politik generasi Z di TikTok: analisis teori ekologi media. *Koneksi*, *9*(1), 97-104.

Gunawan, M. O., & Yoedtadi, M. G. (2025). Gaya penyajian berita Kumparan dan minat baca generasi Z di media digital. *Koneksi*, *9*(2), 551-558.

Husnullail, M., & Jailani, M. S. (2024). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam riset ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, *15*(2), 70-78.

Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Penerapan metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(9), 462-469.

Indrajaya, S. E., & Lukitawati, L. (2019). Tingkat kepercayaan generasi Z terhadap berita infografis dan berita ringkas di media sosial. *Jurnal Komunikasi*, *11*(2), 169-182.

Kemp, S. (2025). *TikTok users, stats, data & trends for 2025*. DataReportal. www.datareportal.com. Diakses pada 29 Oktober 2025.

Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., & Pakpahan, N. S. (2022). Komunikasi massa. *Journal Analytica Islamica*, *11*(1), 134-142.

Kustiawan, W., Madani, A. L., Zahra, L. A., Anggraini, R. T., & Fadila, F. (2025). Teknik penyajian berita cetak, radio, televisi dan media online. *Jurnal Transformasi Pendidikan Modern*, *6*(1), 414-429.

Lan, D. H., & Tung, T. M. (2024). Exploring fake news awareness and trust in the age of social media among university student TikTok users. *Cogent Social Sciences*, *10*(1), 1–24.

Lewandowsky, S., Ecker, U. K., Cook, J., Van Der Linden, S., Roozenbeek, J., & Oreskes, N. (2023). Misinformation and the epistemic integrity of democracy. *Current Opinion in Psychology*, *54*, 1–7.

Li, Y., Cheng, Z., & Gil de Zúñiga, H. (2025). TikTok's political landscape: Examining echo chambers and political expression dynamics. *New Media & Society*, 1–21.

Marhamah, M., & Fauzi, F. (2021). Jurnalisme di era digital. *JICOMS: Journal of Islamic Communication and Media Studies*, *1*(1), 16-37.

Muharram, M. Z. (2023). Difusi inovasi komunikasi dalam media edukasi TikTok komunitas Ilustrasee. (Skripsi). Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Muliawanti, L. (2018). Jurnalisme Era Digital: Digitalisasi jurnalisme dan profesionalitas jurnalisme online. *Jurnal Lentera*, *2*(1), 79-98.

Nurlira, A., Simbolon, M. B., Alamain, R. L., & Effendi, E. (2023). Gaya penulisan berita dan feature. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(1), 2080–2085.

Putri, A., Akhsan, F. M., Fathir, M. R., Putri, R. T., Damayanti, U., Salsabiila, Z., & Siddiq, R. A. (2024). Peran Pojoksatu.id dalam menyebarkan informasi (studi kasus: media sosial TikTok, Instagram dan Facebook). *KOLONI*, *3*(1), 57-64.

Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., Mukramin, S. U., & Kurnawati, W. O. I. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran. *Journal on Education*, *5*(3), 10646-10653.

Rahmani, D. A., Muhayati, S., & Kholis, I. (2025). Analisis data kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 13037-13048.

Riyanto, G. P. (2024). *Netizen Indonesia habiskan waktu nonton TikTok terlama di dunia.* Kompas.com. Diakses pada 29 Oktober 2025.

Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan populasi dan sampel: Pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, *9*(4), 2721-2731.

Suryaputri, J. D. (2021). Fenomena jurnalisme TikTok di media baru. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 1(2), 115-126.

Talakua, J., & Christina, A. (2024). News presentation style of Beritakita online magazine PT. Freeport Indonesia. *Journal of Humanities and Social Studies, 2*(01), 258-274.

Windiani, N. A., Muslan, A. H., & Hutari, N. A. (2024). Pergeseran sumber informasi dari Youtube Ke TikTok pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, *2*(1), 159-166.