

**WACANA PUBLISHER RIGHTS PADA KONTEN TIKTOK
OLEH TIGA CONTENT CREATOR**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi**



CARISSA JUWITA

1201003187

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini merupakan hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Carissa Juwita

NIM : 1201003187

Tanda Tangan : 

Tanggal : 22 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

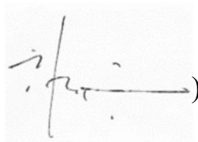
Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Carissa Juwita
NIM : 1201003187
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Wacana *Publisher Rights* pada Konten Tiktok oleh
Tiga *Content Creator*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Univeristas Bakrie.

DEWAN PENGUJI


Pembimbing : Dr. Aryo Subarkah, S.Sos., M.Si

()

Pembahas 1 : Eli Jamilah Mihardja, Ph.D

()

Pembahas 2 : Adek Risma, S.S., M.A., M.A

()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 12 September 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari awal perkuliahan sampai penyusunan Tugas Akhir ini akan terasa berat bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Papa, Mama, dan Dero yang telah memberikan nasehat, doa, bantuan materil, dan selalu mendampingi penulis saat penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Dr. Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan semangat, nasehat, dan bimbingan untuk penulis selama penyusunan skripsi ini.
3. Sahabat-sahabat penulis yang selalu hadir dan ikut memberikan dukungan dan doa untuk penulis.
4. Teman-teman ilmu komunikasi angkatan 2020 yang sudah menjadi teman perjalanan dan tempat berbagi keluh kesah selama perkuliahan.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis. Penulis juga berharap semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang.

Jakarta, 22 Agustus 2024

Penulis

Carissa Juwita

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Carissa Juwita
NIM : 1201003187
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

WACANA PUBLISHER RIGHTS PADA KONTEN TIKTOK OLEH TIGA CONTENT CREATOR

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak untuk menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 22 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



(Carissa Juwita)

WACANA PUBLISHER RIGHTS PADA KONTEN TIKTOK OLEH TIGA CONTENT CREATOR

Carissa Juwita

ABSTRAK

Publisher rights merupakan regulasi yang dibentuk oleh Dewan Pers pada tahun 2023. Regulasi ini bertujuan untuk memperoleh bagi hasil pendapatan yang seimbang antara perusahaan pers dan perusahaan platform digital serta meningkatkan jurnalisme berkualitas di Indonesia. Munculnya gagasan regulasi ini mendapatkan berbagai tanggapan dari masyarakat. Menariknya, konten kreator Tiktok menjadi salah satu pihak yang ikut memberikan pendapatnya. Penelitian ini adalah bertujuan untuk melihat bagaimana wacana *publisher rights* ditampilkan pada konten Tiktok oleh tiga konten kreator yakni @ronaldkwan, @muhammadzahri22, dan @tommythings. Ketiga konten Tiktok tersebut diunggah pada bulan Agustus 2023. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode analisis wacana kritis Fairclough. Analisis tiga dimensi Fairclough yakni analisis teks, analisis wacana, dan analisis sosiokultural. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan studi dokumen. Pada analisis teks ditemukan kata kunci dan argumentasi yang diberikan untuk mendukung wacana yang disampaikan seperti algoritma. Analisis produksi menunjukkan adanya tahapan pembuatan konten seperti pemilihan ide, perekaman adegan, penyuntingan, dan publikasi. Pada analisis sosiokultural ditemukan beberapa konteks yang mempengaruhi wacana pada penelitian ini yakni sejarah dan perkembangan pers, pandemi Covid-19, munculnya masyarakat digital dan menjamurnya konten kreator, dan kapitalisme digital. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa wacana yang ditampilkan adalah wacana penolakan terhadap *publisher rights*. Wacana penolakan ini berupaya untuk mengubah rancangan *publisher rights* yang sudah dibentuk oleh Dewan Pers. Wacana yang ditampilkan oleh konten kreator ternyata dapat mempengaruhi tindakan khalayak.

Kata Kunci : Wacana, *Publisher Rights*, Fairclough, Konten, Konten Kreator.

**THE DISCOURSE ON PUBLISHER RIGHTS REGARDING TIKTOK
CONTENT BY THREE CONTENT CREATORS**

Carissa Juwita

ABSTRACT

Publisher rights is a regulation established by the Press Council in 2023. This regulation aims to obtain a balanced revenue share between press companies and digital platform companies and improve quality journalism in Indonesia. The emergence of this regulatory idea has received various responses from the public. Interestingly, Tiktok content creators are one of the parties who have given their opinions. This research aims to see how the publisher rights discourse is displayed on Tiktok content by three content creators, namely @ronaldkwan, @muhammadzahri22, and @tommythings. The three Tiktok contents were uploaded in August 2023. This research uses qualitative research with Fairclough's critical discourse analysis method. Fairclough's three-dimensional analysis is text analysis, discourse analysis, and sociocultural analysis. The data collection techniques used were observation and document study. In the text analysis, keywords and arguments were found to support the discourse presented such as algorithms. Production analysis shows the stages of content creation such as idea selection, scene recording, editing, and publication. The sociocultural analysis found several contexts that influence the discourse in this study, namely the history and development of the press, the Covid-19 pandemic, the emergence of digital society and the proliferation of content creators, and digital capitalism. Overall, the results show that the discourse displayed is a discourse of rejection of publisher rights. This rejection discourse seeks to change the publisher rights design that has been established by the Press Council. The discourse displayed by content creators can influence the actions of the audience.

Keywords : Discourse, Publisher Rights, Fairclough, Content, Content Creator.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DEWAN PENGUJI.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Masalah.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Konsep yang Relevan.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu dan Pernyataan Kebaruan	22
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain dan Pendekatan.....	31
3.2 Objek Penelitian	35
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4 Analisis Data	39
3.5 Triangulasi Data.....	40
3.6 Batasan Penelitian	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Penyajian Data.....	41
4.2 Diskusi dan Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Kendala dan Keterbatasan	78
5.3 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Kumpulan Berita di Google	3
Gambar 1.2 Tangkapan Layar Pengguna Website di Indonesia	4
Gambar 1.3 Screenshot Berita yang dijadikan Konten	5
Gambar 1.4 Tangkapan Layar Waktu Penggunaan Tiktok	8
Gambar 1.5 Tangkapan Layar Konten Tiktok	9
Gambar 2.1 Logo Tiktok.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian	30
Gambar 3.1 Model Tiga Dimensi Analisis Wacana Kritis Fairclough	34
Gambar 3.2Tangkapan Layar Konten Tiktok Publisher Rights	38
Gambar 4.1 Jumlah Pengguna Tiktok	50
Gambar 4.2 Topik yang Ramai pada Google Trends.....	51
Gambar 4.3 Topik yang Ramai pada Google Trends 2	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rangkuman Pengertian Wacana dan Teks	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Data Konten Tiktok sebagai Objek Penelitian	36
Tabel 3.2 Data Jumlah Pengikut dan Penonton Konten Tiktok dari Ketiga Konten Kreator	37
Tabel 4.1 Konten yang diteliti	41
Tabel 4.2 Hasil Temuan Teks Konten 1.....	45
Tabel 4.3 Hasil Temuan Teks 2 Konten 1.....	46
Tabel 4.4 Temuan Teks Konten 2.....	54
Tabel 4.5 Temuan Teks 2 Konten 2.....	56
Tabel 4.6 Temuan Teks Konten 3.....	60
Tabel 4.7 Temuan Teks 2 Konten 3.....	61