

Analisis Framing Pemberitaan di Tutupnya TikTok Shop oleh Pemerintah di Media Kompas dan Republika Tahun 2023

Heru Firmansyah

Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, Yogyakarta, Indonesia
herufir05@gmail.com

Ahmad Muntaha

Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, Yogyakarta, Indonesia
ahmadmuntaha.2016@gmail.com

Diserahkan: 12 Januari; Direvisi: 15 Maret 2024; Diterima: 19 Maret 2024

Abstract

The government's decision to close TikTok Shop has the potential to have a significant impact on the local economy and spark debate between supporters and opponents. The media, through the framing process, plays an important role in shaping public perceptions of this issue. Understanding how Kompas and Republika media frame the TikTok Shop closure is key to evaluating their contribution to public discourse. The aim of this research is to find out how the online media Kompas and Republika frame news. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. The results obtained in this research are that Kompas not only frames news as a source of information, but is also actively involved in forming readers' understanding and perspective through delivering news that involves broader analysis and views, while Republika media framed the news regarding the closure of the TikTok Shop by showing a deep understanding of the complexity of the issue. In conclusion, both media outlets provide in-depth analysis of the TikTok Shop closure, demonstrating the complex nature of the issue, and presenting diverse views on its causes, moral implications, and potential solutions.

Keywords: Framing Analysis, Local Economic Impact, TikTok, Qualitative Method, Role of Media

Abstrak

Keputusan pemerintah menutup TikTok Shop berpotensi berdampak signifikan pada perekonomian lokal dan memicu perdebatan antara pendukung dan penentang. Media, melalui proses framing, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap isu ini. Memahami bagaimana media Kompas dan Republika membingkai penutupan TikTok Shop menjadi kunci untuk mengevaluasi kontribusi mereka terhadap wacana publik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana media online Kompas dan Republika dalam membingkai sebuah berita. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil yang di dapat dalam penelitian ini adalah bahwa Kompas tidak hanya membingkai berita sebagai sumber informasi, tetapi juga terlibat aktif dalam membentuk pemahaman dan perspektif pembaca melalui penyampaian berita yang melibatkan analisis dan pandangan yang lebih luas, sedangkan Media Republika membingkai berita mengenai penutupan TikTok Shop dengan memperlihatkan pemahaman mendalam terhadap kompleksitas isu tersebut. Kesimpulannya, kedua media memberikan analisis mendalam tentang penutupan TikTok Shop, menunjukkan sifat yang kompleks dari isu tersebut, dan menyajikan beragam pandangan mengenai penyebabnya, implikasi moral, dan solusi potensial.

Kata Kunci: Analisis Framing, Dampak Ekonomi Lokal, TikTok, Metode Kualitatif, Peran Media

PENDAHULUAN

Keputusan pemerintah untuk menutup TikTok Shop berpotensi menimbulkan dampak besar terhadap perekonomian lokal dan mata pencaharian mereka yang terlibat dalam industri tersebut. Penutupan ini telah memicu perdebatan di kalangan pemerintah dan masyarakat, dengan pendukung menganggapnya sebagai langkah perlindungan konsumen dan pencegahan penyebaran produk yang meragukan, sementara penentangannya berpendapat bahwa langkah tersebut dapat menghambat kewirausahaan, pertumbuhan ekonomi, dan melanggar kebebasan individu.

Media memainkan peran sentral dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap isu-isu kompleks. Melalui proses framing, jurnalis dan editor memilih aspek mana dari sebuah berita yang akan ditekankan atau diremehkan, serta memilih perspektif dan bahasa yang akan digunakan. Keputusan dalam proses pbingkai ini dapat memengaruhi cara khalayak memandang dan merespons peristiwa berita. Oleh karena itu, memahami framing penutupan TikTok Shop di media Kompas dan Republika menjadi kunci untuk mengevaluasi kontribusi sumber berita ini terhadap wacana publik mengenai isu tersebut.

Analisis framing terkait penutupan TikTok Shop menyoroti pentingnya wawasan terhadap dinamika media dan potensi bias dalam pemberitaan. Dengan membandingkan framing di media Kompas dan Republika dengan sumber berita lain, peneliti dapat mengidentifikasi masalah, persepsi, dan penyebab yang mungkin muncul dalam pemberitaan isu ini. Pendekatan framing memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai lanskap media secara keseluruhan.

Penelitian ini berusaha mengungkap bagaimana media Kompas dan Republika mbingkai penutupan TikTok Shop oleh pemerintah, mempengaruhi persepsi pembaca mengenai alasan di balik keputusan tersebut, dan faktor-faktor yang terkait. Dengan analisis menyeluruh, peneliti berupaya memberikan kontribusi pada pemahaman framing media dan implikasinya terhadap persepsi publik, kebijakan, dan perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Penelitian ini menjadi landasan bagi penulis untuk menyusun proyek penelitian dengan judul "Analisis Framing Dalam Pemberitaan Penutupan TikTok Shop Oleh Pemerintah di Media Kompas dan Republika Tahun 2023."

KAJIAN PUSTAKA

BERITA

Berita, sebagai fakta, ide, atau opini aktual yang menarik dan akurat, dianggap penting jika dinilai sebagai informasi penting dan menarik oleh sejumlah besar pembaca, pendengar, atau penonton. Dalam penyusunan berita, unsur-unsur seperti kepentingan, aktualitas, dan daya tarik menjadi penentu apakah suatu informasi dapat diangkat sebagai berita. Tujuan utama berita adalah memberikan pengetahuan tambahan kepada pembaca atau penonton, menjelaskan peristiwa atau kejadian yang disiarkan. Berita merupakan hasil dari suatu peristiwa yang dapat dibagikan kepada pembaca atau penonton. Peristiwa, seperti penutupan TikTok Shop, menjadi berita penting karena menciptakan situasi dan kondisi yang menarik untuk diikuti. Analisis framing dalam pemberitaan dapat memperjelas bagaimana media Kompas dan Republika mbingkai berita penutupan TikTok Shop. Selain itu, unsur-unsur berita, seperti 5W+1H (Apa, Di mana, Kapan, Siapa, Mengapa, Bagaimana) atau ADIKSIMBA, memberikan kerangka kerja untuk menyusun berita yang informatif dan komprehensif. Berita, sebagai bentuk pesan komunikasi, memberikan keterangan tentang peristiwa atau pernyataan yang dianggap penting dan menarik bagi masyarakat.

ANALISIS FRAMING

Analisis framing secara umum membahas bagaimana media membentuk konstruksi atas realitas, menyajikan, dan menyampaikan kepada khalayak. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis Robert N. Entman untuk mengetahui realitas lapangan dan bagaimana media mentransformasikannya menjadi berita. Framing dalam model Entman mencakup definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam berita, yang membentuk kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa. Model Robert N. Entman dipilih oleh peneliti karena dasar-dasar analisis framing yang diusung Entman, konsistensinya yang lebih rinci, dan kemampuannya mengungkap kekuatan teks komunikasi dalam berita. Keempat unsur framing menurut Entman, yakni mendefinisikan masalah, mengidentifikasi penyebab, membuat penilaian moral, dan memberikan saran, membentuk landasan analisis penelitian ini. Model ini juga memberikan cara untuk menjelaskan seleksi isu oleh media serta menyoroti aspek yang ditekankan dalam pemberitaan. Melalui model Entman, peneliti berharap dapat secara jelas menganalisis bagaimana media Kompas dan Republika membingkai berita penutupan TikTok Shop, dengan fokus pada ideologi yang dianut oleh media tersebut.

INDUSTRI MEDIA

Industri media merujuk pada sektor ekonomi yang terlibat dalam produksi, distribusi, dan konsumsi konten media. Ini mencakup berbagai bentuk media, seperti cetak (koran, majalah), elektronik (radio, televisi), digital (situs web, platform streaming), dan lainnya. Industri media juga melibatkan kegiatan produksi, seperti penulisan, pengeditan, produksi audiovisual, serta iklan dan pemasaran. Pengertian industri media mencakup aspek bisnis dan ekonomi, di mana perusahaan media beroperasi untuk menciptakan dan menyajikan konten kepada audiens. Dinamika industri ini dipengaruhi oleh teknologi, perubahan budaya, dan faktor ekonomi. Media memainkan peran penting dalam membentuk opini, menyampaikan informasi, dan menghibur masyarakat, sehingga industri ini memiliki dampak signifikan dalam kehidupan sehari-hari.

E-COMMERCE

E-Commerce atau perdagangan elektronik adalah bentuk transaksi jual beli yang menggunakan media internet. Proses ini melibatkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam transaksi elektronik serta pertukaran barang, layanan, dan informasi. Penggunaan internet menjadi pilihan utama karena kecepatan dan kemudahan aksesnya, serta penggunaan data elektronik untuk penyampaian pesan. Keberadaan E-Commerce memberikan keuntungan baik bagi konsumen, produsen, maupun penjual dengan menghemat biaya dan waktu dalam proses jual beli. Fokus E-Commerce pada objek transaksi bisnis, terutama barang, menjadikannya solusi terkomputerisasi untuk penentuan, pengiriman, dan pembayaran. Dengan demikian, E-Commerce adalah perangkat lunak yang memproses transaksi secara elektronik, memungkinkan pembelian dan penjualan tanpa pertemuan fisik antara pembeli dan penjual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana penulis berperan sebagai instrumen kunci, fokus pada observasi dan suasana alamiah. Metode ini tidak mencari hubungan, menguji hipotesis, atau membuat prediksi. Penelitian kualitatif bertujuan mendorong pemahaman substansi suatu peristiwa, menurut Sofaer (1999). Dalam penelitian ini, penulis mengkombinasikan teknik analisis framing, dengan framing sebagai pendekatan yang memeriksa bagaimana media massa mengemas berita untuk memengaruhi pandangan masyarakat. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif,

penelitian akan mengeksplorasi bagaimana media online Kompas.com dan Republika.com membingkai penutupan TikTok Shop oleh pemerintah.

Sumber data dalam penelitian ini mencakup data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari objek penelitian, data sekunder dalam penelitian ini adalah pemberitaan pada media Kompas dan Republika mengenai penutupan TikTok Shop oleh pemerintah. Sebaliknya, data sekunder merupakan informasi yang telah ada sebelumnya dan dihimpun dengan sengaja oleh peneliti, melibatkan referensi dari buku-buku dan tulisan terkait penelitian ini. Penggunaan kedua jenis data ini memberikan kerangka yang komprehensif untuk menganalisis kasus penutupan TikTok Shop dengan sudut pandang yang lebih mendalam.

Kemudian, Metode pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan observasi dan dokumentasi, sejalan dengan pendekatan yang dijelaskan oleh Sugiyono (2015). Data yang dikumpulkan harus akurat, up-to-date, komprehensif, relevan, dan memiliki kesalahan kecil. Observasi dilakukan dengan jenis non-partisipan dan berstruktur, tanpa keterlibatan langsung penulis dalam kegiatan yang diamati. Dokumentasi mencakup pengumpulan data dari berita media Kompas dan Republika terkait penutupan TikTok Shop oleh pemerintah. Setelah semua data - data terkumpul, maka peneliti akan menganalisis data - data tersebut menggunakan metode analisis framing dengan pendekatan model Robert N. Entman yang akan digunakan untuk mengidentifikasi masalah, penilaian moral, dan penyebab penutupan tersebut dalam kedua media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan analisis framing berdasarkan pendekatan Robert N. Entman untuk menginvestigasi bagaimana media Kompas dan Republika membingkai berita mengenai penutupan TikTok Shop. Dengan konsep framing, Analisis semacam ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana media berperan dalam membentuk narasi publik dan membimbing opini masyarakat terhadap peristiwa kontroversial seperti penutupan TikTok Shop, di mana tidak hanya substansi berita yang penting, tetapi juga konteks penyajiannya.

MEDIA KOMPAS

Dalam konteks model framing Robert N. Entman, elemen *"Define Problems"* atau "Pendefinisian Masalah" Dalam pemberitaan di media online Kompas mengenai permasalahan penutupan TikTok Shop oleh pemerintah, terdapat pada pemberitaan dengan judul "Klarifikasi, Menkop UKM Tidak Berwenang Tutup TikTok atau TikTok Shop" Berita tersebut berisikan *"Menteri Koperasi dan UKM (Menkop-UKM) Teten Masduki menyampaikan gagasan yang menolak platform media sosial TikTok dan sejenisnya menjalankan e-commerce secara bersamaan di Indonesia. Pernyataan itu keliru dipahami oleh masyarakat sebagai rencana pemerintah menutup TikTok. Teten meluruskan narasi yang berkembang di masyarakat, dalam acara AFPI UMKM Digital Summit 2023 di Gedung Smesco, Jakarta, Kamis (21/9/2023). Teten menyatakan, dirinya tidak memiliki kewenangan untuk menutup media sosial apa pun"*.

Kemudian, ada juga berita yang menjelaskan tentang berita penutupan TikTok shop yang terdapat pada judul "TikTok Shop Resmi Tutup: Layanan TikTok Shop Ditutup Hari Ini Pukul 17.00 WIB". Berita tersebut berisikan *"Hari ini, Rabu (4/10/2023), TikTok Shop mengumumkan penutupan transaksi jual beli di platform mereka. Proses pembayaran di TikTok Shop Indonesia akan berhenti mulai pukul 17.00 WIB. Keputusan ini diumumkan secara resmi oleh TikTok melalui TikTok Newsroom pada Selasa (3/10/2023)"*.

Kemudian, ada juga berita yang menjelaskan tentang berita penutupan TikTok shop yang terdapat pada judul "TikTok Shop Resmi Ditutup". Berita tersebut berisikan *"Diberitakan sebelumnya, TikTok akan*

menutup layanan dagangnya yakni TikTok Shop pada Rabu, 4 Oktober 2023 pukul 17.00. Hal ini menyusul adanya larangan pemerintah yang tidak mengizinkan social commerce berdagang namun hanya sekadar berpromosi”.

Kemudian, ada juga berita yang berjudul “Penutupan TikTok Shop dan Dampaknya bagi UMKM dan Ekonomi Indonesia” berita tersebut berisikan *“Pelarangan TikTok Shop akan membuat pelaku UMKM yang sebelumnya sangat mengandalkan fitur itu untuk penjualan akan kesulitan dalam mencari alternatif platform e-commerce lain yang efektif. Sebab, mereka tentu akan dirugikan dalam segi pasar, tingkat penjualan produk pun pasti akan menurun bila berpindah ke platform penjualan lain”*.

Berita tersebut secara menyeluruh menggambarkan narasi kompleks seputar penutupan TikTok Shop. Selain memberikan wawasan, berita-berita tersebut menjelaskan pandangan Menteri Koperasi dan UKM, membantah salah paham terkait pernyataannya, dan menegaskan bahwa pemerintah tidak memiliki kewenangan menutup media sosial. Selain itu, liputan mencakup peran TikTok sebagai penyelenggara yang merespons larangan pemerintah terhadap social commerce, sambil menggambarkan potensi dampak, terutama bagi pelaku UMKM yang mungkin kesulitan menemukan platform e-commerce alternatif. Dengan merinci sudut pandang ini, berita-berita tersebut memberikan pemahaman mendalam mengenai kompleksitas dan implikasi penutupan TikTok Shop di Indonesia.

Kemudian dalam konteks *“Diagnose Causes”* atau “Mencari/Identifikasi Penyebab” Dalam pemberitaan di media online Kompas mengenai penyebab penutupan TikTok Shop oleh pemerintah, terdapat pada pemberitaan dengan judul *“Jokowi Dan Mentrinya saat Diminta Tutup TikTok Shop”* Berita ini menyampaikan *“Yang paling dikeluhkan pedagang adalah fenomena masifnya penjualan daring di TikTok Shop. Bahkan, banyak pedagang yang meminta TikTok Shop ditutup karena anggapan merusak pasar lokal. Jokowi akui TikTok Shop ganggu UMKM Presiden Joko Widodo (Jokowi) mengatakan dampak bisnis e-commerce, salah satunya TikTok Shop, telah membuat penjualan serta produksi di lingkup usaha mikro, kecil dan menengah hingga pasar konvensional anjlok. Jokowi menilai seharusnya TikTok berperan hanya sebagai media sosial, bukan ekonomi media”*.

Kemudian, ada juga berita dengan judul *“TikTok Shop Dilarang, Apa Pengaruhnya bagi Konsumen Indonesia”*. Berita ini berisikan *“Pemerintah melarang penjualan online melalui aplikasi social e-commerce, seperti TikTok Shop. Aplikasi tersebut nantinya hanya akan bisa digunakan untuk promosi barang dan jasa. Larangan ini akan termuat dalam revisi Peraturan Mendag (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”*

Kemudian, ada juga berita dengan judul *“Serbuan Warganet, Mendag Zulkifli Hasan, dan Penutupan TikTok Shop”*. Berita ini menjelaskan *“sejumlah akun lain mencoba memberikan penjelasan kepada Mendag bahwa yang jadi permasalahan selama ini bukanlah perihal aplikasi TikTok Shop, melainkan soal barang impor. “Id bpk ini yg tutup tiktokshop?? Saya dan rekan2 seller tiktokshop yg lain bersumpah, apapun dan siapapun yg berhubungan sama bpk ini, gk bakal kami pilih di pemilu nanti. Mau selamatin pasar tradisional tp b*unuh umkm di tiktok. Perusak ekonomi itu barang impor cina, knapa malah nyalahin tiktok. Shopee lazada juga sama ada fitur live nya, tp gk ngaruh tuh dari dulu aman aja. Pengusaha cina makin full senyum aja makin menguasai pasar indonesia,” kata akun @aldy****”*.

Dalam konteks *“Diagnose Causes”* dalam berita diatas. Penutupan TikTok Shop oleh pemerintah dipicu oleh keluhan pedagang lokal terhadap penjualan daring yang merugikan pasar lokal, dampak negatif bisnis e-commerce, dan kesadaran terhadap masalah barang impor. Presiden Joko Widodo memperhatikan penurunan penjualan dan produksi di usaha mikro, kecil, dan menengah, serta pasar konvensional, sebagai faktor lain yang mendorong keputusan tersebut. Sejumlah akun juga mengidentifikasi bahwa masalah sebenarnya terletak pada barang impor dari China, mengajukan argumen bahwa penutupan seharusnya difokuskan pada regulasi dan kendala impor yang dapat merugikan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia.

Kemudian dalam konteks *"Make Moral Judgement"* atau "Membuat Keputusan Moral" Dalam pemberitaan di media online Kompas mengenai pemberitaan penutupan TikTok Shop oleh pemerintah, nilai moral yang terdapat pada pemberitaan ini dengan judul "Kemendag: TikTok Shop Bukan Dilarang". Berita tersebut berisikan *"Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan Isy Karim mengatakan, pemerintah bukan melarang hadirnya TikTok Shop di Tanah Air. Hanya saja, pemerintah ingin mengatur aturan mainnya sehingga bisa tercipta permainan bisnis yang setara atau equal level playing field dengan platform lainnya"*

Kemudian, ada juga berita dengan Judul "Pertama kali Diluncurkan Pada 2021, TikTok Shop Resmi Ditutup Hari Ini Pukul 17.00 WIB" Berita tersebut berisikan *"TikTok mengatakan, prioritasnya adalah menghormati dan mematuhi peraturan serta hukum yang berlaku di Indonesia. Dengan demikian, kami tidak akan lagi memfasilitasi transaksi e-commerce di dalam TikTok Shop Indonesia, efektif per tanggal 4 Oktober pukul 17.00 WIB, tulisnya"*.

Dalam konteks "Make Moral Judgement" pada pemberitaan tersebut, pemerintah Indonesia menonjolkan nilai keadilan bisnis dengan niatan mengatur aturan main TikTok Shop, bertujuan menciptakan persaingan yang setara. Di sisi lain, TikTok menunjukkan nilai ketaatan terhadap hukum Indonesia dengan menutup TikTok Shop sebagai respons konkret terhadap regulasi yang berlaku. Keduanya berupaya menciptakan lingkungan bisnis yang sesuai dengan norma-norma moral dan hukum yang berlaku di Indonesia. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pemerintah dan TikTok secara bersamaan mementingkan nilai moral seperti keadilan, ketaatan hukum, dan tanggung jawab dalam menjalankan bisnis e-commerce di Indonesia.

Kemudian yang terakhir elemen *"Treatment Recommendation"* atau "Memberi Perlakuan/Saran" Dalam pemberitaan di media online Kompas mengenai pemberitaan penutupan TikTok Shop oleh pemerintah, Perlakuan/saran yang terdapat pada pemberitaan ini dengan judul "Kapan TikTok Shop di buka kembali di Indonesia" berita tersebut menyatakan *"Agar tetap bisa beroperasi di Indonesia, TikTok Shop harus menjadi entitas terpisah dari TikTok sebagai media sosial. Oleh karena itu, TikTok Shop harus memiliki izin operasi sebagai e-commerce"*.

Kemudian ada berita yang berjudul "Setelah TikTok Shop Ditutup, Lalu apa" dalam berita tersebut menjelaskan bahwa *"Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan (Mendag Zulhas) meminta para seller yang ada di TikTok Shop untuk memindahkan lapaknya ke platform e-commerce. "(Pedagang lokal) Ya pindah, ke e-commerce lain kan mau tuh mereka nampung," kata Mendag Zulhas belum lama ini. Zulkifli mengatakan, sudah banyak e-commerce yang memiliki layanan jualan secara live. Dengan demikian, seller di TikTok Shop yang biasa jualan secara live bisa memanfaatkan fitur serupa di e-commerce"*

Kemudian ada juga berita yang berjudul "TikTok Shop Ditutup, Ini Alternatifnya Menurut Pakar" dalam berita tersebut menjelaskan bahwa *"Direktur Ekonomi Digital dari lembaga riset Center of Economic and Law Studies (CELIOS) Nailul Huda mengatakan, ada alternatif yang bisa dilakukan oleh penjual yang dulu berjualan di TikTok Shop. Penjual tersebut tetap bisa mempromosikan produknya di aplikasi tersebut. Namun, proses transaksi jual beli antara penjual dan pembeli tidak dilakukan secara langsung di TikTok Shop. "Saya rasa mereka harus tetap menggunakan TikTok sebagai tempat etalase penjualan. Namun, proses jual beli menggunakan instrumen lainnya seperti WhatsApp," jelasnya. Huda mengatakan, cara itu tidaklah menjadi masalah. Selain itu, promosi di media sosial tapi transaksi di aplikasi lain juga telah diterapkan oleh penjual di Instagram."*

Dalam konteks "Treatment Recommendation" Dari berita tersebut, dapat disimpulkan dari menghadapi penutupan TikTok Shop, pemerintah menyarankan agar platform TikTok Shop berfungsi sebagai entitas terpisah dan memperoleh izin e-commerce. Menteri Perdagangan mengajak penjual beralih ke platform e-commerce lain, menekankan adaptasi sebagai kunci kelangsungan bisnis. Nailul Huda menyarankan pelaku UMKM memanfaatkan TikTok sebagai alat promosi, meskipun transaksi dilakukan melalui

platform lain. Keseluruhan, saran-saran ini menunjukkan upaya adaptasi dan kelangsungan bisnis di tengah perubahan regulasi social commerce.

Itulah framing yang terdapat dalam pemberitaan penutupan TikTok Shop oleh pemerintah dalam media Kompas. Jika digambarkan, berita tersebut berdasarkan model framing Robert N. Entman sebagai berikut.

Tabel 1. Analisis Framing Penutupan TikTok Shop dalam Media Kompas

Unsur	Uraian
<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Penjelasan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kompleksitas serta implikasi dari permasalahan penutupan TikTok Shop di Indonesia.
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Penyebab Masalah)	Penutupan TikTok Shop dipicu oleh kombinasi keluhan pedagang lokal, kesadaran akan dampak negatif e-commerce, dan pemahaman bahwa masalahnya mencakup aspek barang impor.
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Pemerintah dan TikTok secara bersamaan mementingkan nilai moral seperti keadilan, ketaatan hukum, dan tanggung jawab dalam menjalankan bisnis e-commerce di Indonesia.
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Pemerintah menyatakan perlunya regulasi, adaptasi, dan menjadikan tiktok sebagai platform promosi.

Dalam rangka menyajikan informasi yang komprehensif terkait penutupan TikTok Shop, Kompas tidak hanya membingkai informasi tentang penutupan TikTok Shop, tetapi juga berperan sebagai mediator klarifikasi, memberikan evaluasi moral terhadap dampak kebijakan pada UMKM dan ekonomi digital di Indonesia. Framing yang digunakan oleh media ini menyoroti dimensi luas dan kontekstual kebijakan pemerintah, membantu pembaca memahami secara menyeluruh isu tersebut. Selain itu, Kompas tidak hanya menyajikan fakta, tetapi juga menempatkan isu dalam kerangka pemikiran moral, membangun kesadaran akan implikasi sosial dan ekonominya, serta memberikan saran konstruktif untuk para penjual.

Dengan demikian, Kompas tidak hanya menjadi sumber informasi, melainkan aktif terlibat dalam membentuk pemahaman dan perspektif pembaca terhadap kejadian ini, memastikan bahwa berita yang disampaikan tidak hanya berupa laporan, tetapi juga mencakup analisis dan pandangan yang lebih luas.

MEDIA REPUBLIKA

Dalam konteks *Define Problems* (Pendefinisian Masalah) Dalam pemberitaan ini, media online Republika mengenai pernyataan permasalahan penutupan TikTok Shop oleh pemerintah, terdapat pada pemberitaan dengan judul “Menkominfo Mengaku Masih Kaji Permintaan Penutupan TikTok Shop” dalam berita tersebut berisikan pernyataan “Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Budi Arie Setiadi mengatakan pihaknya saat ini masih mengambil langkah untuk melakukan kajian sebagai cara menanggapi permintaan beberapa pihak untuk menutup platform TikTok Shop. Kita saat ini masih kaji dinamikanya, karena seperti yang dikhawatirkan memang apa betul dia (TikTok Shop) predatory pricing?, ujar Budi saat ditemui di Jakarta, Kamis (21/9/2023)”

Kemudian, ada berita yang berjudul “Legislator Komisi XI Pertanyakan Penutupan Tiktok Shop” Berita tersebut berisikan pernyataan “Wakil Ketua Komisi XI DPR RI Fathan Subchi menilai, penutupan TikTok Shop tidak menyelesaikan akar persoalan yang sebenarnya terjadi. Menurutnya, langkah ini justru merugikan pelaku UMKM yang selama ini mendapatkan kemudahan transaksi dari aplikasi media sosial tersebut. Kami sepakat

bahwa harus ada aturan terkait e-commerce di Tanah Air agar jangan sampai merugikan pelaku UMKM. Namun jika dilakukan secara terburu-buru justru merugikan pelaku UMKM maupun konsumen yang telah terbiasa bertransaksi dengan aplikasi perdagangan digital,” ujar Fathan dalam keterangannya, Jumat (29/9/2023)”

Kemudian, ada juga berita yang berjudul “Pakar Marketing Ini Tetap tidak Setuju TikTok Shop Ditutup, Alasannya karena Tren Global” berita tersebut berisikan tentang pernyataan “Pakar Branding dan Pemasaran Yuswohady menilai semestinya bukan platform yang dilarang, melainkan pemilik platform tersebut yang perlu diatur. Hal ini dikarenakan integrasi antara sosial media dan e-commerce memiliki potensi dan demand bagi pelaku UMKM. Menurut dia adanya sosial media dan e-commerce tidak bisa dipisahkan karena merupakan terobosan tren global. Bahkan munculnya social commerce dan live commerce menjadi sangat penting”

Dalam konteks *Define Problems* isu berita tersebut memunculkan kompleksitas yang mencakup tentang efektivitas regulasi, dampak ekonomi terhadap pelaku UMKM, dan integrasi global antara media sosial dan e-commerce. Menteri Komunikasi dan Informatika, Budi Arie Setiadi, melakukan kajian terkait dugaan "predatory pricing," sementara Wakil Ketua Komisi XI DPR RI, Fathan Subchi, mengkritik penutupan, merasa bahwa langkah ini dapat merugikan UMKM. Pandangan dari pakar branding dan pemasaran, Yuswohady, menekankan perlunya mengatur pemilik platform, menciptakan kerangka yang menghubungkan isu ini dengan tren global social commerce dan live commerce. Kesimpulannya, kompleksitas isu ini merefleksikan perbedaan pendekatan terhadap regulasi, dampak ekonomi, dan integrasi global, yang didefinisikan oleh perspektif unik pihak-pihak yang terlibat dalam perdebatan mengenai penutupan TikTok Shop.

Dalam konteks *"Diagnose Causes"* atau "Mencari/Identifikasi Penyebab" Dalam pemberitaan di media online Republika mengenai penyebab penutupan TikTok Shop oleh pemerintah, terdapat pada pemberitaan dengan judul “Asosiasi Ungkap Penyebab Tiktok Shop Ancam Pelaku UMKM” Berita ini menyampaikan bahwa “Asosiasi UMKM Indonesia (Akumandiri) mengungkapkan, kehadiran Tiktok Shop mengancam pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menempatkan jualannya di platform e-commerce. Tidak hanya membahayakan UMKM, platform itu pun dinilai mengancam e-commerce yang ada”

Kemudian, ada berita yang berjudul “Dianggap Merugikan Pedagang di Pasar Tanah Abang Minta TikTok Shop Ditutup” Berita tersebut menjelaskan bahwa “Pedagang di Pasar Tanah Abang, Jakarta, meminta pemerintah menutup Tiktok Shop. Platform social commerce itu dinilai sangat merugikan pedagang, karena harga yang dijual di sana terlalu murah. Minta tolong ke Pak Menteri online shop TikTok berpengaruh banget buat pedagang di sini,” ujar pedagang di Pasar Tanah Abang bernama Anton kepada wartawan, Selasa (19/9/2023)”

Kemudian, ada berita yang berjudul “Ingin Lindungi UMKM, Menkop Akui tak Bisa Tutup Tiktok” Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, menyatakan bahwa “Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki menyatakan, dirinya tidak mempunyai kewenangan menutup platform Tiktok. Sebelumnya, para pedagang di Pasar Tanah Abang, Jakarta meminta pemerintah menutup Tiktok Shop. Ia menegaskan hanya ingin melindungi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) agar tidak mati dengan masuknya berbagai barang konsumsi ke Tanah Air yang dijual dengan harga sangat murah”

Kemudian, ada berita yang berjudul “TikTok Shop Resmi Tutup” berita ini berisi “TikTok Shop resmi ditutup pemerintah Indonesia, terhitung hari ini, Rabu (4/10/2023) pukul 17.00 WIB. Pedagang dan pembeli tak bisa lagi melakukan transaksi jual-beli di platform tersebut”

Kemudian, ada juga berita dengan judul “Mendag Ancam Akan Tutup TikTok Shop Jika Langgar Aturan” Dalam berita tersebut menjelaskan bahwa “Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan memastikan akan menandatangani revisi Permendag No 50 Tahun 2020 yang mengatur mengenai sosial media sekaligus e-commerce seperti TikTok Shop. Melalui aturan tersebut, Zulkifli menegaskan akan memberikan peringatan kepada media sosial yang melanggar aturan tersebut. Bahkan, pemerintah bisa memberikan sanksi penutupan jika media sosial tersebut masih melakukan pelanggaran”

Dalam konteks "*Diagnose Causes*" dalam berita tersebut. Pemerintah Indonesia menutup TikTok Shop sebagai respons terhadap keprihatinan dari berbagai pihak, termasuk Asosiasi UMKM Indonesia dan pedagang di Pasar Tanah Abang yang merasa terdampak persaingan harga tidak sehat. Meskipun Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, mengakui keterbatasannya, penutupan pada 4 Oktober 2023 menunjukkan langkah tegas untuk melindungi UMKM dari persaingan yang tidak adil dan menjaga stabilitas harga. Ancaman penutupan dari Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan sebagai bagian dari revisi aturan e-commerce menegaskan konsekuensi serius bagi pelanggar aturan. Keseluruhan, penutupan TikTok Shop mencerminkan upaya pemerintah dalam menanggapi keprihatinan terkait dampaknya terhadap UMKM, persaingan bisnis, dan stabilitas harga.

Dalam konteks "*Make Moral Judgement*" (Membuat Keputusan Moral). Dalam pemberitaan di media online Republika mengenai nilai moral yang terdapat dalam pemberitaan TikTok Shop, terdapat pada pemberitaan dengan judul "*LPEM FEB UI Nilai Penutupan TikTok Shop Sehatkan Iklim Usaha Daring*" dalam berita tersebut berisi pernyataan bahwa "*Saya setuju TikTok diatur (penutupan TikTok Shop) untuk memiliki playing field (kondisi) yang sama dengan e-commerce. Misalnya, harus tercatat pajak UMKM,*" ujar pengamat ekonomi tersebut"

Kemudian, ada berita dengan judul "*Pakar: Penutupan TikTok Shop Berdampak Positif pada Ekosistem E-Commerce*" Berita tersebut berisikan pernyataan "*Pakar ekonomi Universitas Muhammadiyah (UnmuH) Jember Yohanes Gunawan Wibowo mengatakan penutupan TikTok Shop untuk sementara ini berdampak positif terhadap ekosistem e-commerce. Salah satunya tercermin dari peningkatan harga saham Bukalapak dan Tokopedia, "Penutupan tersebut telah memunculkan persaingan yang lebih intens di industri e-commerce dan meningkatkan penjualan di e-commerce Facebook Ads dan Instagram Ads, tuturnya."*

Kemudian, ada juga berita yang berjudul "*Tiktoker Asal Cirebon Curhat Sampaikan Keluh Kesah, Ganjar Jelaskan Soal Asas Fair*" Berita tersebut berisikan "*Bapak tolong regulasi di TikTok shop dipercepat supaya yang kita UMKM pengen naik. Tolong ya pak karena saya beneran ini banget. Saya adalah pelaku di bawah,*" ujarnya. Merespons keluhan tersebut, Ganjar berbicara terkait negara yang harus melindungi semua elemen masyarakat. Termasuk juga mengenai regulasi penjualan secara online dan offline. Ganjar mengatakan, pemerintah pastinya memiliki langkah yang berpihak kepada kepentingan negara dan masyarakat, terutama UMKM."

Kemudian, ada juga berita dengan judul "*TikTok Shop Tutup, Penjual Geser ke E-Commerce Lain*" berita tersebut berisikan pernyataan bahwa "*Center of Economic and Law Studies (Celios) menilai ditutupnya TikTok Shop bisa mengurangi perang harga yang merugikan penjual skala UMKM. Hal ini merespons dihentikannya transaksi penjualan dari TikTok Shop per 4 Oktober 2023 pada pukul 17.00 WIB*"

Dalam konteks "*Make Moral Judgement*" Dalam berita tersebut. Keputusan moral terkait penutupan TikTok Shop mencerminkan perbedaan pandangan dan pertimbangan di masyarakat. Meskipun beberapa ekonom mendukung regulasi untuk kesetaraan e-commerce dan peningkatan kewajiban pajak UMKM, ada pandangan positif dari pakar ekonomi yang melihat dampak positif pada ekosistem e-commerce. Gubernur Ganjar menekankan perlunya perlindungan negara terhadap berbagai kepentingan masyarakat, sementara evaluasi dari Center of Economic and Law Studies (Celios) menyatakan bahwa penutupan dapat mengurangi perang harga yang merugikan penjual skala UMKM. Ini mencerminkan dinamika kompleks antara aspek ekonomi, perlindungan konsumen, dan stabilitas pasar, menunjukkan konflik nilai dan kepentingan yang beragam.

Dalam konteks "*Treatment Recommendation*" (memberi perlakuan/ saran). Dalam pemberitaan di media online Republika mengenai perlakuan atau saran yang terdapat dalam pemberitaan TikTok Shop, terdapat pada pemberitaan dengan judul "*TikTok Shop Resmi Ditutup, Mendag Zulhas Minta Beralih ke E-Commerce Lain*" Berita tersebut berisikan tentang pernyataan "*Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan (Mendag Zulhas) mengatakan, seller yang berjualan di TikTok Shop diminta untuk pindah lapak ke platform e-commerce resmi*

yang ada di tanah air. "(Pedagang lokal) Ya pindah, ke Shopee atau ke e-commerce lain kan mau tuh mereka nampung," kata Mendag Zulhas belum lama ini. Menurut Zulhas, sudah banyak e-commerce yang memiliki layanan jualan secara live. Dengan begitu, seller di TikTok Shop yang biasa jualan secara live bisa memanfaatkan fitur serupa di e-commerce. "Yang live-live itu juga bisa di e-commerce. Kan ada itu," kata Mendag Zulhas".

Kemudian, ada juga berita dengan judul "TikTok Shop Tutup, Pedagang Masih Bisa Promosi Dimedia Sosial" Berita tersebut berisikan tentang pernyataan bahwa "Teten mengatakan, para seller dan affiliator tetap bisa mempromosikan produknya di Tiktok karena yang ditutup hanya layanan e-commerce serta bisa menjadi seller dan affiliator produk di platform lokapasar lain. "Dengan begitu, bisnis yang dijalankan oleh seller dan affiliator tak akan terganggu dan tetap bisa berjalan,"

Kemudian, ada berita yang berjudul "TikTok Shop Bisa Dibuka Lagi, tetapi.." berita tersebut berisikan "Menteri Koperasi dan UKM (MenKopUKM) Teten Masduki menegaskan terkait opsi TikTok Shop yang dapat beroperasi kembali dengan syarat membuka kantor perwakilan di Indonesia. Teten menyebut hal itu sangat memungkinkan dengan catatan, TikTok harus membentuk badan hukum terlebih dahulu di Indonesia dan harus mengajukan izin serta harus mengikuti Permendag Nomor 31 Tahun 2023".

Dalam konteks "Treatment Recommendation" terkait berita tersebut. Dalam respons terhadap penutupan TikTok Shop, Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan menyarankan para penjual beralih ke platform e-commerce resmi di Indonesia, seperti Shopee, untuk tetap menggunakan fitur live commerce. Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, menegaskan bahwa penutupan hanya berlaku untuk layanan e-commerce, memberi izin penjual untuk terus mempromosikan produk di TikTok serta beralih ke platform e-commerce lain. Teten Masduki juga memberikan opsi bagi TikTok Shop untuk beroperasi kembali dengan syarat tertentu, termasuk membuka kantor perwakilan di Indonesia dan mematuhi regulasi. Keseluruhan, pemerintah memberikan peluang bagi TikTok Shop untuk melanjutkan operasinya dengan mematuhi ketentuan, mencerminkan respons terhadap dinamika pasar dan memberikan arah bagi pelaku bisnis di era digital.

Itulah framing yang terdapat dalam pemberitaan penutupan TikTok Shop oleh pemerintah di dalam media Online Republika. Jika digambarkan, berita tersebut berdasarkan model Framing Robert N. Entmant sebagai berikut.

Tabel 2. Analisis Framing Penutupan TikTok Shop dalam Media Republika

Unsur	Uraian
<i>Define Problems</i> (Pendefinisian Masalah)	Menanggapi isu penutupan TikTok Shop, yang melibatkan pertimbangan ekonomi, regulasi, dan tren bisnis global.
<i>Diagnose Causes</i> (Mencari/identifikasi penyebab-penyebanya).	Adanya tuntutan dan keprihatinan yang terus berkembang terkait dampaknya terhadap UMKM, persaingan bisnis, dan stabilitas harga.
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Keputusan moral terkait penutupan TikTok Shop melibatkan dinamika kompleks antara aspek ekonomi, perlindungan konsumen, dan stabilitas pasar, mencerminkan konflik nilai dan kepentingan yang beragam di masyarakat.
<i>Treatment Recommendation</i> (Memberi perlakuan/ saran).	Saran dan opsi yang diberikan oleh pemerintah mencerminkan upaya untuk merespons dinamika pasar dan memberikan arah bagi pelaku bisnis di era digital.

Media Republika membingkai berita mengenai penutupan TikTok Shop dengan memperlihatkan pemahaman mendalam terhadap kompleksitas isu tersebut. Dalam pendefinisian masalah, media ini menekankan pada kajian yang dilakukan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika terkait dugaan "predatory pricing" Republika memberikan pendekatan mendalam terhadap penutupan TikTok Shop, menyoroti kompleksitas isu melalui pendefinisian masalah dengan menekankan kajian Menteri Komunikasi dan Informatika tentang "predatory pricing." Dalam mendiagnosa penyebab, media ini mencakup berbagai suara, seperti Asosiasi UMKM Indonesia, pedagang di Pasar Tanah Abang, dan tokoh ekonomi, menciptakan narasi yang komprehensif. Dalam penilaian moral, Republika mencerminkan keberagaman pandangan etika terhadap penutupan TikTok Shop. Terakhir, dalam memberikan treatment recommendation, media ini menyajikan berbagai saran dan opsi, mencerminkan komitmen mereka untuk memberikan cakupan luas dan memfasilitasi berbagai pandangan terkait isu ini.

PERBANDINGAN

Perbandingan Metode Framing Robert N. Entman: Media Kompas dan Republika dalam Pemberitaan Penutupan TikTok Shop di Indonesia sebagai berikut.

Tabel 3. Perbandingan Analisis Framing Pemberitaan Penutupan TikTok Shop di Kompas dan Republika

Elemen Framing	Media Kompas	Media Republika
Define Problems (Pendefinisian Masalah)	Penjelasan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kompleksitas serta implikasi dari permasalahan penutupan TikTok Shop di Indonesia.	Menanggapi isu penutupan TikTok Shop, yang melibatkan pertimbangan ekonomi, regulasi, dan tren bisnis global.
Diagnose Causes (Memperkirakan Penyebab Masalah)	penutupan TikTok Shop dipicu oleh kombinasi keluhan pedagang lokal, kesadaran akan dampak negatif e-commerce, dan pemahaman bahwa masalahnya mencakup aspek barang impor.	Adanya tuntutan dan keprihatinan yang terus berkembang terkait dampaknya terhadap UMKM, persaingan bisnis, dan stabilitas harga.
Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)	pemerintah dan TikTok secara bersamaan mementingkan nilai moral seperti keadilan, ketaatan hukum, dan tanggung jawab dalam menjalankan bisnis e-commerce di Indonesia.	Keputusan moral terkait penutupan TikTok Shop melibatkan dinamika kompleks antara aspek ekonomi, perlindungan konsumen, dan stabilitas pasar, mencerminkan konflik nilai dan kepentingan yang beragam di masyarakat.
Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)	Pemerintah menyatakan perlunya regulasi, adaptasi, dan menjadikan tiktok sebagai plafrom promosi.	Saran dan opsi yang diberikan oleh pemerintah mencerminkan upaya untuk merespons dinamika pasar dan memberikan arah bagi pelaku bisnis di era digital.

Berikut adalah penjelasan yang lebih rinci untuk setiap elemen framing pada kedua media tersebut.

1. Define Problems (Pendefinisian Masalah)

Media Kompas: Memberikan pemahaman mendalam dengan menganalisis kompleksitas penutupan TikTok Shop, mencakup aspek ekonomi, dampak sosial, dan implikasi bisnis di tingkat lokal dan global.

Media Republika: Menanggapi isu penutupan dengan mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk dampak ekonomi nasional, kepatuhan terhadap regulasi, dan perubahan tren dalam industri e-commerce.

2. Diagnose Causes (Mencari/Identifikasi Penyebab)

Media Kompas: Mengidentifikasi penyebab penutupan dengan menyoroti keluhan pedagang lokal, menekankan dampak negatif e-commerce pada pelaku usaha kecil, dan memahami bahwa masalahnya mencakup aspek barang impor.

Media Republika: Fokus pada upaya pemerintah dalam menanggapi tuntutan terkait dampak penutupan terhadap UMKM, persaingan bisnis, dan stabilitas harga barang

3. Make Moral Judgment (Membuat Keputusan Moral)

Media Kompas: Menyoroti pentingnya nilai moral seperti keadilan dan tanggung jawab bisnis, mencerminkan kepentingan bersama antara pemerintah dan TikTok untuk menjalankan bisnis e-commerce dengan etika.

Media Republika: Menekankan dinamika kompleks dalam keputusan moral terkait penutupan TikTok Shop, di mana konflik nilai dan kepentingan masyarakat tercermin dalam pengambilan keputusan.

4. Treatment Recommendation (Memberi Perlakuan/Saran)

Media Kompas Memberikan saran konstruktif dengan menyoroti perlunya regulasi yang jelas, adaptasi terhadap perubahan pasar, dan menjadikan TikTok sebagai platform promosi untuk mendukung pelaku bisnis.

Media Republika: Memberikan opsi dan saran yang mencerminkan respons terhadap dinamika pasar, menciptakan arah bagi pelaku bisnis di era digital, dan menanggapi tantangan yang muncul akibat penutupan TikTok Shop.

Dengan demikian, penjelasan yang lebih terperinci mengenai Perbandingan elemen framing yang mengungkapkan sudut pandang yang unik dari masing-masing media terkait penutupan TikTok Shop. Ini mencerminkan kompleksitas dan nuansa dalam pendekatan keduanya terhadap isu tersebut, memberikan gambaran bagaimana cara media Kompas Dan Republika membingkai berita yang lebih mendalam tentang cara media Kompas dan Republika merespons dan menganalisis peristiwa tersebut dari perspektif yang berbeda

KESIMPULAN

Metode Framing yang diterapkan oleh Kompas dan Republika dalam pemberitaan penutupan TikTok Shop menyoroti kompleksitas isu tersebut. Kompas tidak hanya memicu pemahaman mendalam dengan menganalisis keluhan pedagang lokal, dampak negatif e-commerce, dan isu barang impor, tetapi juga memberikan pandangan menyeluruh tentang narasi kompleks terkait penutupan tersebut. Mereka mengidentifikasi masalah, mendiagnosis penyebab, dan membuat penilaian moral yang menekankan keadilan bisnis, kepatuhan hukum, dan tanggung jawab, sambil memberikan rekomendasi yang melibatkan regulasi, adaptasi, dan promosi untuk mendukung pelaku bisnis kecil di Indonesia.

Di sisi lain, media Republika membingkai berita dengan mencerminkan kompleksitas dan perbedaan pendapat mengenai penutupan TikTok Shop. Melibatkan pertimbangan ekonomi, regulasi, dan tren

bisnis global, Republika dalam penilaian moral mencerminkan keberagaman pandangan etika dengan memperhitungkan sudut pandang positif dan negatif terhadap penutupan tersebut. Dalam memberikan treatment recommendation, media ini menyajikan berbagai saran dan opsi, memberikan informasi terkini terkait langkah-langkah yang dapat diambil untuk menanggapi penutupan tersebut. Keseluruhan, pendekatan Republika mencerminkan komitmen mereka untuk memberikan cakupan yang luas dan menjadi platform bagi berbagai pandangan terkait isu kompleks seperti penutupan TikTok Shop.

REFERENSI

- A Ini Alasan Kenapa TikTok Shop Ditutup 4 Oktober 2023 Pukul 17.00 WIB www.ojk.go.id.
<https://www.liputan6.com/teknoread/5414611/ini-alasan-kenapa-TikTok-shop-ditutup-4-oktober-2023-pukul-1700-wib?page=4>Diakses pada tanggal 10 Oktober 2023.
- Media. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) <https://kbbi.web.id/media> Diakses pada tanggal 28 oktober 2023.
- Industri. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) <https://kbbi.web.id/industri> Diakses pada tanggal 28 oktober 2023.
- Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia <http://cipg.or.id/wp-content/uploads/2015/06/MEDIA-2-Industri-Media-2012.pdf> Diakses pada tanggal 28 oktober 2023.
- Conney Stephanie, "Apa Itu TikTok Shop dan Cara Menggunakannya", <https://teknokompas.com/read/2021/09/15/13260037/apa-itu-TikTok-shop-dan-cara> Diakses pada tanggal 28 oktober 2023.
- Komunikasi Praktis. Metode Kipling 5W1H Memudahkan Wartawan Menulis Berita <https://www.komunikasipraktis.com/2022/03/metode-kipling-5w1h-memudahkan-wartawan.html?m=1>Diakses pada tanggal 28 oktober 2023.
- Sofaer, S. (1999). Qualitative methods: what are they and why use them? Health Services Research.
- Prof. Dr. Sugiyono, (2014).Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung:Alfabeta,
- Nazir, Moh (2013). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Azhar Arsyad (2002), Media Pembelajaran, Cet. III. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,
- Neal , James M. dan Suzzane S. Brown (1976), News Writing and Reporting. Ames Iowa : Iowa state University Press
- Abdurrahman Fatoni, (2011). Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi Jakarta: Rineka Cipta.
- Syaiful Bahri Djamarah dan Aswan Zain (2002), Strategi Belajar Mengajar, Jakarta: Rineka Cipta,
- Eriyanto. (2011). Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana
- Asep Syamsul M. Romli (2003), Jurnalistik Praktis untuk Pemula, Bandung, Pt. Remaja Rodakarya, Edisi Septiawan. Santana (2005), Jurnalisme Kontemporer, akarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Hening,Widi Oetomo (2020), E-E- Commerce Aplikasi PHP dan MySQL pada Bidang Manajemen: Program Studi S-1 Manajemen Tahun Ajaran 2019/2020, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nana Sudjana (1989), Penelitian dan Penilaian.Bandung: Sinar Baru.
- Prof. Dr. Sugiyono (2015)., Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta
- Alex, Sobur. (2012). Analisis Teks Media massa, Jakarta: PT Remaja Rosda Karya.