

Penelusuran Karakteristik Spasial Ruang Nongkrong dalam Tayangan Digital, Studi Kasus: Kawasan Blok M = The Searching for Spatial Characteristics of Hangout Spaces in Digital Content, Study Case: Blok M Area

Muhamad Arief Kurniawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920545712&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini tidak dipungkiri bahwa media sosial menjadi perantara untuk menghubungkan penggunanya dengan segala bentuk penyampaian informasi yang diberikan. Begitu juga dengan pencarian digital untuk tempat bersua atau yang kerap disebut tempat nongkrong dalam platform TikTok. Pencarian akan tempat ini bertujuan untuk menemukan lokasi yang tepat, baik untuk menikmati kesendirian ataupun berbincang dengan kerabat yang diinginkan. Pencarian yang dihasilkan menghadirkan berbagai tayangan yang memengaruhi persepsi penggunanya. Semakin lama menggali informasi terhadap tempat tersebut, maka semakin jelas juga bayangan akan tempat yang dituju. Akibatnya, tercipta sebuah karakteristik spasial dari elemen visual yang tanpa disadari mampu untuk memikat audiens berdasarkan apa yang ditangkap dan ditayangkan.

.....Social media has undoubtedly evolved into a conduit for connecting consumers with all information sources in the current day and age. The same goes for digital searches for meeting spots or what are often called as hangout on TikTok. The aim of this location search is to find a suitable spot where you may spend a considerable amount of time alone or interacting with preferred relatives. A wide range of impressions are shown in the resulting search, influencing the user's perspective. The more you research the location, the more precise your personal perception of it will be. This leads to the creation of a spatial characteristic in visual elements which, depending on what is caught and presented, can unintentionally attract the audience.