



ANALISA KONSISTENSI, KOMUNIKASI PERSUASIF DAN FOKUS KREATOR DALAM LIVE TIKTOK TERHADAP VIEWERS AND FOLLOWERS ON LIVE ROOM SINTESA

Nika Sintesa^a, Ditta Kristina Putri^b

^a Email: nikasintesa@gmail.com, Politeknik LP3I Jakarta

^b Email: dittakp88@gmail.com, TK Restu Ibu Depok

Abstract

This research is entitled "Analysis of consistency, communication, creator focus in Tiktok towards viewers and followers on live room synthesis". The use of social media that is being widely discussed is tick tok, where tiktok is one of the applications that is widely used by the public, especially teenagers and adults who focus on a variety of activities that can be carried out according to their individual needs, whether to become an affiliate, entertainment or other educational content in the form of account development to increase followers and viewers when doing live streaming. The use of the tiktok application can be used by using a mobile phone, wherever and whenever and by anyone according to their individual needs. Tiktok is a Chinese social network and music video platform launched in September 2016. The demand when playing tiktok, especially during live streaming, is when there is consistency both in the live room and also making one content created. TikTok users are required to be creative in creating content. The application allows users to create their own short music videos. The theory used in this study is cognitive social theory developed by Albert Bandura and Implementation of Creativity Theory developed by Wallas. The research method used in this study is a qualitative method with a descriptive and phenomenological approach, using data collection methods by means of interviews, observation and documentation. Informants in this study consisted of main informants and supporting informants. The main informants in this study are Sintesa as Content Creators, and several other colleagues as active users of the Tik Tok application. The results of this study are when the Sintesa room does live streaming consistently, at the same time and at the same hour, followers and viewers will automatically join the live room and will also get notifications from the system that the synthesis room is live streaming. Another benefit that is obtained is the interaction that occurs between hosts, followers and viewers with people of different backgrounds, ages, jobs but there, books can be shared information and also share experiences about daily activities and also add friends, even for those who want to develop accounts can also give appreciation to the host by giving gifts that are appropriate and worth giving, besides that there is also a lot of information obtained from various regions, conditions in the area and so on.

Keywords: *Consistency, Persuasive Communication, and Tik Tok Live*

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Analisa konsistensi, komunikasi, focus creator dalam Tiktok terhadap viewers and followers on live room sintesa". Penggunaan media sosial yang sedang banyak dibicarakan adalah tik tok, dimana tiktok adalah salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat, terutama kalangan remaja, dan dewasa yang focus dengan bermacam-macam aktivitas yang bisa dilakukan sesuai dengan kebutuhan masing-masing, baik untuk menjadi affiliate, hiburan ataupun konten edukasi yang lain berupa pengembangan akun untuk menaikkan followers dan juga viewers pada saat melakukan live streaming. Penggunaan aplikasi tiktok bisa digunakan dengan memanfaatkan handphone, dimanapun dan kapanpun dan oleh siapapun disesuaikan dengan kebutuhan masing masing. Tiktok merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Tuntutan ketika bermain tiktok terutama pada saat live streaming adalah ketika adanya konsistensi baik dalam room live dan juga membuat satu konten yang dibuat. Pengguna tiktok adalah dituntut untuk kreatif dalam menciptakan konten. Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori sosial kognitif yang dikembangkan oleh Albert Bandura dan Implementasi Teori Kreativitas yang dikembangkan oleh Wallas. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan fenomenologi, menggunakan metode pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi serta dokumentasi. Informan pada penelitian ini terdiri dari informan utama dan informan pendukung. Informan utama pada penelitian ini adalah Sintesa sebagai Konten Kreator, dan beberapa rekan lain sebagai pengguna aktif aplikasi Tik Tok. Hasil dari penelitian ini adalah Ketika room Sintesa melakukan live streaming secara konsisten, di waktu yang sama dan jam yang sama, sudah secara otomatis followers dan viewers akan bergabung dalam live room tersebut dan juga akan mendapatkan notifikasi dari system bahwa room sintesa sedang melakukan live streaming. Manfaat lain yang didapatkan adalah adanya interaksi yang terjadi antara host, followers dan viewers dengan orang

yang berbeda latar belakang, usia, pekerjaan tapi disitu kita bisa sambil berbagi informasi dan juga berbagi pengalaman tentang aktivitas keseharian dan juga menambah teman, bahkan bagi mereka yang ingin mengembangkan akun pun bisa dengan memberikan apresiasi kepada host nya dengan memberikan gift yang pantas dan layak diberikan, selain itu juga banyak informasi yang didapatkan dari berbagai daerah, kondisi keadaan di daerah tersebut dan lain lain.

Kata Kunci: Konsistensi, Komunikasi Persuasif, dan Tik Tok Live

LATAR BELAKANG

Di era teknologi ini sangat dibutuhkan kreativitas dalam penggunaan aplikasi yang bisa menghasilkan materi, ataupun followers dan viewers dari penggunaan aplikasi tersebut, dan juga dituntut untuk membuat video kreatif dan yang unik sehingga dapat menarik perhatian. Media sosial ini di gunakan sebagai sarana perhualan sosial secara online di internet dengan menggunakan media sosial tiktok. Media Sosial tiktok adalah sebuah aplikasi terkini sangat ramai digunakan orang-orang, aplikasi tiktok bukan hanya di gunakan di negara Indonesia saja tetapi media sosial tiktok ini juga banyak di gunakan oleh negara-negara luar juga bahkan pengguna tidak hanya orang-orang dewasa saja yang bisa memiliki akun tiktok tersebut anak-anak kecil pun sudah banyak yang memilikinya. Tiktok memiliki keunggulan yang disukai oleh banyak kalangan dengan menampilkan konten yang menarik dan memberikan wadah yang mempunyai keinginan dalam membuat video sesuai dengan kreativitasnya.

Media sosial tiktok merupakan media yang berupa media audio visual yang dapat di dengar dan dilihat oleh jutaan orang, media sosial ini sangat banyak, dari berbagai kalangan dengan usia tertentu minimal 18 tahun. Aplikasi TikTok menjadi salah satu aplikasi yang menarik minat, ketertarikan dan banyak digunakan terutama dalam melakukan kegiatan live streaming yang dilakukan oleh konten creator tersebut dengan memberikan beberapa judul dalam membuka room tersebut. Media sosial TikTok salah satu sosial media yang cukup populer dikalangan masyarakat dunia terutama pada masa pandemi. Tiktok adalah sebuah media sosial dengan mengunggah video singkat yang berfungsi sebagai wahana hiburan, wadah dalam mengekspresikan diri, dapat menghasilkan kreativitas serta memperoleh popularitas bagi pengguna Tidak hanya untuk hiburan, namun TikTok dapat digunakan sebagai cara menyebarkan konten edukasi/pembelajaran. TikTok juga merupakan aplikasi media sosial hemat kuota karena durasi maksimalnya hanya satu menit serta pembuatan konten mampu membangkitkan kreativitas, sehingga TikTok mampu mendukung pembelajaran.

Dalam melakukan live streaming ataupun membuat konten video tiktok yang di share di tiktok, pengguna dapat memainkan ekspresi wajah dengan menirukan gaya bicara, gerak, ataupun lelucon, terutama yang membutuhkan hiburan, ataupun memberikan edukasi seputar tentang pengembangan akun untuk meningkatkan jumlah followers yang sangat dibutuhkan

oleh akun yang ingin mendaftarkan menjadi akun affiliate. Aplikasi Tik Tok akan menjadi sebuah media yang menarik serta menyenangkan. Salah satu pemanfaatan teknologi internet yang membawa dampak positif yaitu penggunaannya sebagai media edukasi dalam melakukan live streaming dan juga melatih komunikasi secara persuasive antara host dan juga viewers.

Kehadiran media online memberikan hiburan bagi setiap orang untuk mengurangi rasa lelah atau penat. Mereka bahkan bisa terkekeh riang saat memanfaatkan media berbasis web. Satu hal yang membuat mereka terkekeh kegirangan adalah media online Tik Tok, jika internet dilakukan dengan tidak tepat dapat menimbulkan dampak buruk. TikTok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Media sosial ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Saat ini video menjadi salah satu konten yang paling digemari warganet secara global, termasuk Indonesia. Video bahkan menjadi mata pencaharian baru bagi kaum milenial untuk meraup untung dari iklan yang tayang di channel video mereka. Video juga telah menjadi senjata baru untuk marketing sebagai brand communication strategy. Untuk memfasilitasi mereka dalam membuat video menarik, kemudian banyak pengembang berlomba-lomba untuk menciptakan aplikasi edit video. TikTok memungkinkan pengguna untuk secara cepat dan mudah membuat video-video pendek yang unik untuk kemudian dibagikan ke teman-teman dan dunia.

Dalam melakukan live streaming akan berpengaruh terhadap kepercayaan diri. Memiliki kepercayaan diri sangat penting hal ini dikarenakan akan mampu untuk menilai diri sendiri. Setiap individu memiliki tingkat kebutuhan yang berbeda dalam menggunakan media. Salah satu kebutuhan yang ingin dipenuhi seseorang yakni mengenai peningkatan kepercayaan diri.

Media sosial ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Saat ini video menjadi salah satu konten yang paling digemari warganet secara global, termasuk Indonesia. Video bahkan menjadi mata pencaharian baru bagi kaum milenial untuk meraup untung dari iklan yang tayang di channel video mereka. Video juga telah menjadi senjata baru untuk marketing sebagai brand communication strategy. Untuk memfasilitasi mereka dalam membuat video menarik, kemudian banyak pengembang berlomba-lomba untuk menciptakan aplikasi edit video. TikTok memungkinkan pengguna untuk secara cepat dan mudah membuat video-video pendek yang unik untuk kemudian dibagikan ke teman-teman dan dunia.

KAJIAN TEORITIS

2.1 Aplikasi Tiktok

2.1.1 Pengertian Aplikasi Tik Tok

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang

2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok

Menurut Mulyana, dalam penggunaan Tiktok terdapat dua faktor yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

a. Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang dialami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi menurut Ahmadi, perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Tiktok. Karena menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi Tiktok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya. Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tiktok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi Tiktok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi Tiktok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi Tiktok dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang. Dilihat dari sisi negatif nya juga penggunaan aplikasi Tiktok ini dapat membuat

setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya dilakukannya.

b. Faktor Eksternal

Dalam aplikasi Tiktok orang-orang memperoleh informasi dari berbagi video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tiktok. Jika seseorang tidak mendapatkan informasi tentang Tiktok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi Tiktok, bahkan sampai menjadi penggunanya. Maka dari itu informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan aplikasi Tiktok. Pengaruh dari media sosial yang merupakan bagian dari media informasi salah satunya adalah dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Jadi dengan informasi juga seseorang bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti Tiktok.

2.3. Media Sosial

Media sosial mengacu pada platform, media online, dan aplikasi berbasis Internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna untuk mempromosikan interaksi, kerja sama, dan berbagi konten (Erkan & Evans, 2016; Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial mencakup situs ulasan konsumen, komunitas konten, Wiki, forum internet (Zeng & Gerritsen, 2014) dan situs jejaring sosial, seperti Facebook, Blogger, LinkedIn, dan Twitter (Tess, 2013) serta Instagram, Tiktok. Media sosial diakui sebagai salah satu platform komunikasi terpenting untuk informasi merek karena memiliki fitur interaktif yang memungkinkan aktivitas partisipatif, kolaboratif, dan berbagi pengetahuan (Knoll, 2016; Kusumasondjaja, 2018; Valos et al., 2017)

2.2 Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing)

Pemasaran media sosial (SMM) melibatkan pengembangan dan penyebaran strategi pemasaran dengan platform media sosial untuk mengomunikasikan informasi merek dan mengelola hubungan dengan konsumen (Schulze et al., 2015; Solem & Pedersen, 2016; Thoring, 2011). Sosial media memiliki kapasitas yang lebih besar untuk menjangkau masyarakat dibanding media 25 tradisional seperti TV, radio, maupun media cetak (Bowen, 2015) sehingga dapat menjadi media pemasaran yang signifikan. Pemasaran media sosial (SMM) paling tepat digambarkan sebagai metode yang digunakan perusahaan dalam menghasilkan dan mempromosikan setiap kegiatan pemasaran atau kampanye melalui

platform media sosial online dengan tujuan memberikan dan menambah nilai bagi pemangku kepentingan utama (P. H. M. Pham & Gammoh, 2015). Berinteraksi dengan konsumen di jejaring sosial dikenal sebagai SMM yang memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan termasuk E-WOM, meningkatkan loyalitas merek, dan berdampak pada keputusan pembelian konsumen (Choi et al., 2016). SMM penting dalam aspek bisnis apa pun karena dapat meningkatkan lalu lintas bisnis secara luar biasa dan kesadaran merek dengan mengiklankan produk atau layanan melalui platform media sosial apa pun. Faktanya, sekitar 78% bisnis dapat mengungguli pesaingnya dengan bantuan media sosial (Bakhodirovna, 2019). Faktanya, sekitar 78% bisnis dapat mengungguli pesaingnya dengan bantuan media sosial (Bakhodirovna, 2019).

Menurut Kusuma dan Oktavianti (Aldhora & Apriatama, 2021) dengan menggunakan media sosial yang berbasis video banyak di gemari oleh kalangan remaja saat ini yaitu aplikasi Tiktok yang ada pada sistem Handphone android atau pun IOS, pada aplikasi tiktok terdapat musik yang banyak dan video edukasi serta video – video kreatif lainnya dari para penggunanya yang di buat semenarik mungkin agar bisa mengedukasi penonton lainnya. Menurut Marini (Ramadani, Hadipurwa, & Nugraha, 2021) Tiktok bisa membuat para penontonnya terhipnotis dengan video-video yang ada di dalam nya , jika video itu menarik maka akan di ulang- ulang , oleh karna itu banyak pengguna media sosial tiktok ini banyak lalai dalam pekerjaannya , lebih banyak scroll tiktok di bandingkan dengan aktivitas belajar mereka itulah yang menyebabkan banyak pengguna tiktok itu ketagihan dalam bermain tiktok dan dapat mempengaruhi hasil belajar karena pengguna tiktok banyak dari kalangan pelajar . Menurut Susilowati (Asdiniah & lestari, 2021) Salah satu media berbasis web yang banyak dimanfaatkan oleh para pelajar saat ini adalah media online Tik Tok. Media online Tik Tok merupakan media umum, media ini merupakan media berbasis web yang dapat dilihat atau didengar.

Aprilian, Elita dan Afriyati (2019:221) Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan di berbagai aspek sosial, salah satunya adalah berkomunikasi menjadi lebih mudah dan cepat. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, komunikasi antar remaja di lingkungan sosial maupun di lingkungan sekolah sekarang sudah menguasai ilmu teknologi yang menggunakan jaringan internet, yaitu media sosial. Ratri (2018:20) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa istilah media sosial mengacu pada berbagai layanan berbasis internet dan mobile yang memungkinkan pengguna untuk dapat bergabung dalam percakapan daring, berkontribusi dalam konten yang dibuat oleh pengguna, atau bergabung dengan komunitas daring.

Menurut Wurianto (Fatimah, Hasanudin, & Amin, 2021) di zaman teknologi yang pesat ini sangat membutuhkan proses pembelajaran yang spesifik dan kreatif agar menarik perhatian minat belajar terutama pada saat live streaming dan dibuka room sebagai edukasi untuk pengembangan akun tiktok ataupun tema tema yang lain, yang disajikan oleh host tersebut. Oleh sebab itu harus ada perubahan yang melingkupi sasaran objek, bentuk dan isi dari sebuah program edukasi media belajar yang membuat pembelajaran itu lebih menarik dan efektif terutama pada saat membuka live room di room nya sintesa.

2.4 Fenomenologi

Kata fenomenologi berasal dari kata “phenomenon” yang berarti kemunculan suatu objek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi seorang individu. Menurut teori fenomenologi realitas dikonstruksi menurut sudut pandang subjek yang dijadikan partisipan penelitian. Dalam hal ini peneliti sebagai instrumen mencoba merangkai pengalaman subjek penelitian menjadi realitas yang ditemukan sesuai sudut pandang mereka. Teori fenomenologi menurut Alfred Schutz, dunia sosial adalah realitas interpretif. Tindakan yang dilakukan manusia dan segala peristiwa yang telah terjadi akan dianggap sebagai sebuah realitas yang bermakna. Orang-orang akan berkaitan satu sama lain saat membuat sebuah interpretasi. Sehingga makna dari sebuah realitas bukanlah sebatas dari seorang individu melainkan bersifat intersubjektif. “Tujuan utama penelitian fenomenologi yaitu untuk mempelajari mengenai bagaimana fenomena yang dialami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi Alfred Schutz menekankan pada pentingnya intersubjektivitas. Fenomenologi mencoba mendapatkan pemahaman Engkus Kuswarno, Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi (Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya), (Bandung : Penerbit Widya Padjadjaran, 2009), mengenai bagaimana manusia dapat melakukan sebuah konstruksi mengenai makna dan konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas.

Hal ini karena pemahaman manusia mengenai dunia dibentuk oleh hubungan manusia satu dengan lainnya.” “Fenomenologi yang digagas Alfred Schutz memiliki inti bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran, di mana tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit, dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”. Hubungan antara makna pun diorganisasi melalui proses ini, atau biasa disebut stock of knowledge.

Untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokkannya dalam dua fase, yaitu :” a) Because motives (Well Motive), yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu, di mana tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya. Engkus Kuswarno, Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi (Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya), (Bandung : Penerbit Widya Padjadjaran, 2009), 18 28 b) In-order-to-motive (Um-zu Motif), yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang, di mana tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan Schutz, menjelaskan bahwa fenomenologi mengkaji bagaimana anggota masyarakat menggambarkan dunia sehari-harinya, terutama bagaimana individu dengan kesadarannya membangun makna dari hasil interaksi dengan individu lainnya. Meski hakikat setiap makna yang diperoleh dan ditelusuri dalam karya, tindakan, dan aktivitas yang dilakukan, akan tetap terdapat peran orang lain di dalamnya. Makna fenomenologi adalah realitas yang tampak. Fenomena yang tampak adalah refleksi dari realitas yang tidak berdiri sendiri, karena ia memiliki makna yang memerlukan penafsiran lebih lanjut. Fenomenologi menerobos fenomena untuk dapat mengetahui makna (hakikat) terdalam dari fenomena tersebut

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan deskriptif fenomenologi. Studi fenomenologi mendeskripsikan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena. Penelitian dalam pandangan fenomenologis berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi tertentu. Fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. Sebagai disiplin ilmu, fenomenologi mempelajari struktur tipe-tipe kesadaran, yang terbentang dari persepsi, gagasan, memori, imajinasi, emosi, hasrat, kemauan, sampai tindakan, baik itu tindakan social maupun dalam bentuk bahasa. Secara harifiah fenomenologi merupakan disiplin ilmu yang mempelajari fenomena atau hal-hal yang muncul dalam sebuah pengalaman kita. Fokus perhatian dalam fenomenologi lebih luas dari sekedar fenomena, yaitu kita mempelajari tentang pengalaman dan sudut pandang orang pertama atau orang yang mengalaminya secara langsung

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teori media baru dan ada beberapa konsep yang terkait dengan penelitian ini, yaitu komunikasi, media sosial, pengelolaan, konten, TikTok,

media informasi, pengetahuan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi partisipan, dokumentasi dan kepustakaan. *key informan* konten creator. Keabsahan data yang dilakukan melalui triangulasi metode. Kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis bahwa unsur-unsur komunikasi seperti sumber, pesan, media, penerimaan, efek, dan umpan balik sangat penting dibutuhkan pada pengelolaan konten TikTok sebagai media informasi yang edukatif karena unsur komunikasi sangat bermanfaat pada saat penyampaian isi konten, agar terciptanya komunikasi yang efektif, dan juga dengan melakukan konsistensi akan menambah followers dan viewers setelah melakukan kegiatan live streaming. Ketika melakukan komunikasi yang persuasif, viewer akan merasa nyaman dan bermanfaat dari apa yang sudah disampaikan sehingga bisa memberikan apresiasi terhadap host live streaming tersebut terutama di room Sintesa.

Dengan konsistensi dan juga komunikasi secara persuasif dan fokus creator dalam tiktok meningkatkan viewers dan followers on live room sintesa dalam kurun waktu yang relatif cepat dan juga menambah jumlah pendapatan dari gift yang didapatkan ketika melakukan live streaming. Dengan menggunakan teknologi yang canggih Tik Tok memberikan algoritma proses yang sangat baik, dimana pengguna diberikan video yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna dengan akurat, kebebasan yang diberikan kepada pengguna sehingga pengguna bebas membagikan video yang ada di tiktok lewat berbagai cara, konten yang selalu mengikuti trend saat ini di masyarakat, Selebriti yang menggunakan dan menjadi creator di Tik Tok membuat masyarakat mengikuti idolanya, dan juga pemasaran Tik Tok sendiri yang unik dengan lebih konsen ke Konten yang ada didalamnya. Aplikasi Tik Tok akan menjadi sebuah media yang menarik serta menyenangkan. Salah satu pemanfaatan teknologi internet yang membawa dampak positif yaitu penggunaannya sebagai media edukasi dalam melakukan live streaming dan juga melatih komunikasi secara persuasif antara host dan juga viewers.

Informan merupakan orang yang dapat memberikan informasi mengenai objek penelitian, informan dipilih karena dianggap memahami situasi dan kondisi mengenai latar belakang penelitian dalam memberikan jawaban ketika wawancara, dalam artian informan yang dipilih harus memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang apa yang akan diteliti. Dalam pemilihan informan, karakteristik informan juga harus dipertimbangkan. Pertimbangan karakteristik yang dimaksud adalah informan yang dipilih harus memiliki pola pikir yang dewasa dan jika diukur berdasarkan usia, seorang informan yang dipilih untuk dilakukan wawancara setidaknya minimal usia 17 atau setara dengan usia Sekolah Menengah Atas (SMA)

atu umur diatasnya disesuaikan dengan kebutuhan yang menonton live streaming di room live sintesa. Wawancara dilakukan secara online melalui DM di dalam tiktok tersebut dengan beberapa pertanyaan . Berdasarkan hasil dari wawancara mendalam yang dilakukan tentang apa yang membuat mereka tertarik untuk menggunakan media sosial TikTok dan mengikuti live streaming di room sintesa, dan mengapa selalu mengikuti live streaming setiap hari dan juga kesan dan pesan yang diberikan oleh viewers dan juga followers di Tiktok.

Hasil dari penelitian ini adalah Ketika room Sintesa melakukan live streaming secara konsisten, di waktu yang sama dan jam yang sama, sudah secara otomatis followers dan viewers akan bergabung dalam live room tersebut dan juga akan mendapatkan notifikasi dari system bahwa room sintesa sedang melakukan live streaming. Manfaat lain yang didapatkan adalah adanya interaksi yang terjadi antara host, followers dan viewers dengan orang yang berbeda latar belakang, usia, pekerjaan tapi disitu kita bisa sambil berbagi informasi dan juga berbagi pengalaman tentang aktivitas keseharian dan juga menambah teman, bahkan bagi mereka yang ingin mengembangkan akun pun bisa dengan memberikan apresiasi kepada host nya dengan memberikan gift yang pantas dan layak diberikan, selain itu juga banyak informasi yang didapatkan dari berbagai daerah, kondisi keadaan di daerah tersebut dan lain lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan menggunakan teknologi yang canggih Tik Tok memberikan algoritma proses yang sangat baik, dimana pengguna diberikan video yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna dengan akurat, kebebasan yang diberikan kepada pengguna sehingga pengguna bebas membagikan video yang ada di tiktok lewat berbagai cara, konten yang selalu mengikuti trend saat ini di masyarakat, Selebriti yang menggunakan dan menjadi creator di Tik Tok membuat masyarakat mengikuti idolanya, dan juga pemasaran Tik Tok sendiri yang unik dengan lebih konsen ke Konten yang ada didalamnya.

Hasil dari penelitian ini adalah Ketika room Sintesa melakukan live streaming secara konsisten, di waktu yang sama dan jam yang sama, sudah secara otomatis followers dan viewers akan bergabung dalam live room tersebut dan juga akan mendapatkan notifikasi dari system bahwa room sintesa sedang melakukan live streaming. Manfaat lain yang didapatkan adalah adanya interaksi yang terjadi antara host, followers dan viewers dengan orang yang berbeda latar belakang, usia, pekerjaan tapi disitu kita bisa sambil berbagi informasi dan juga berbagi pengalaman tentang aktivitas keseharian dan juga menambah teman, bahkan bagi mereka yang ingin mengembangkan akun pun bisa dengan memberikan apresiasi kepada host nya dengan memberikan gift yang pantas dan layak diberikan, selain itu juga banyak informasi yang didapatkan dari berbagai daerah, kondisi keadaan di daerah tersebut dan lain lain.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto Suharsimi, 2014, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Arsyad Azhar, 2015, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo)
- Aji, F. H. (2015). Analisa brand identity terhadap brand awareness dan brand satisfaction brotherwood decoration surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-10. Aji, W. N. (2018). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. *Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia (PISBI)*, 1-10.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak (Jejak Publisher).
- Anugerah, Y. (2020, Oktober 3). TikTok: Social Media Marketing Platform Paling Hot & Trending 2021. From Meson Digital : <https://mesondigital.com/blog/social-media/tiktok-marketing-tips/> Bachdar, S. (2018, March 18). Mengapa influencer marketing lebih powerful. From Marketeers: <https://www.marketeers.com/mengapa-influencer-marketinglebih-powerful/>
- Backaler, J. (2019). *Digital influence: unleash the power of influencer marketing to accelerate your global business*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Bohang, F. K. (2018, Juli 5). Tik Tok Punya 10 Juta Pengguna Aktif di Indonesia. From Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2018/07/05/09531027/tiktok-punya-10-juta-pengguna-aktif-di-indonesia>
- Brown, D. F. (2013). *Influence marketing: how to create, manage, and measure brand influencers in social media marketing*. Indianapolis: IN: Que. Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation and practice (seventh edition)*. England: Pearson. CNN Indonesia. (2019, November 11). *Bimbel Konvensional di Tengah 'Gempuran'*
- Firdaos Rijal, 2017, *Desain Instrumen Pengukuran Afektif*, (Bandar Lampung: CV Anugrah Utama Raharja)
- Ferlitasari Reni, *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja di Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun 2018* (Tersedia di Online)
- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013) Wijayani Isnaini (2017), *Hubungan Motivasi Belajar Dengan Prestasi Belajar Siswa Kelas V SD Negeri 1 Waringinsari Barat Kabupaten Pringsewu*, Universitas Lampung, (Tersedia di Online) xcii Juliansyah Noor, 2012, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana)
- Nasrullah Rulli, 2017, *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi)*, (Bandung: Simbiosis Rekatama)