

**STRATEGI KOMUNIKASI *HOST LIVE* PADA AKUN @RICISM\_  
DALAM MEMANFAATKAN FITUR *LIVE* TIKTOK SEBAGAI DAYA  
TARIK *AUDIENS***

**Tri Mega Handayani<sup>1</sup>, Dr. Herning Suryo<sup>2</sup>, M.Si, Muadz, S.Sn., M.A<sup>3</sup>**

S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Slamet  
Riyadi Surakarta

**ABSTRAK**

Kemajuan teknologi telah mengubah cara orang berperilaku, termasuk dalam penggunaan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi *host live* pada akun TikTok @Ricism\_ menggunakan fitur *live* TikTok untuk menarik dan mempertahankan audiensnya. *Host live* memiliki peran penting dalam menjaga keterlibatan penonton selama siaran langsung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan informan yang merupakan pengikut @Ricism\_ yang memenuhi kriteria tertentu. Teori Laswell serta model SMCRE (*Source, Message, Channel, Receiver, Effect*) Penelitian ini mengungkapkan bahwa TikTok berfungsi sebagai saluran efektif untuk siaran langsung, dengan *host live* yang memiliki keahlian dan kredibilitas yang jelas mudah di pahami dan topik pembahasannya tidak monoton dalam menyampaikan pesan. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh *host live* @Ricism\_ dapat meningkatkan daya tarik audiens karena dengan gaya penyampaian dan pemilihan topik yang spontan dan fleksibel membuat para audiens tertarik hingga akhirnya memberikan Tindakan perubahan perilaku yaitu dengan memberi *gift*, komentar, hingga *like* pada fitur *live streaming* yang di tersedia di tiktok.

**Kata kunci : Strategi Komunikasi, Host Live, @Ricism\_, Tiktok, Daya Tarik**

**COMMUNICATION STRATEGY OF THE LIVE HOST ON THE @RICISM\_  
ACCOUNT IN UTILIZING TIKTOK LIVE FEATURES TO ATTRACT  
AUDIENCES**

**ABSTRACT**

*The advancement of technology has transformed how people behave, particularly in their use of social media. This research aims to understand the communication strategies employed by the live host on the TikTok account @Ricism\_ as they utilize the live feature to attract and retain their audience. Live hosts play a crucial role in maintaining viewer engagement during live broadcasts. This study employs a qualitative method, collecting data through interviews and documentation. Interviews were conducted with informants who are followers of @Ricism\_ and meet specific criteria. Using Laswell's theory and the SMCRE model (Source, Message, Channel, Receiver, Effect), the study reveals that TikTok serves as an effective channel for live broadcasts. The live host exhibits clear expertise and credibility, delivering messages in a way that is easy to understand and ensuring that the topics discussed remain engaging and varied. The analysis indicates that the communication strategies implemented by host @Ricism\_ significantly enhance audience appeal. Their spontaneous and flexible choice of topics and engaging delivery style captivate the audience, ultimately leading to behavioral changes such as giving gifts, leaving comments, and liking the live stream features available on TikTok.*

**Keywords: Communication Strategy, Live Host, @Ricism\_, Tiktok, Attraction**

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah munculnya aplikasi media sosial, terutama TikTok. Aplikasi ini telah meraih popularitas luar biasa, terutama di kalangan generasi muda, dengan menawarkan berbagai fitur menarik, salah satunya adalah live streaming. TikTok mengubah cara orang berbagi konten dengan memperkenalkan video pendek yang mudah diakses. Pengguna dapat membuat, mengedit, dan membagikan video dengan berbagai efek dan musik, menjadikannya platform yang sangat interaktif. Fitur live streaming memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara langsung dengan audiens mereka, menciptakan pengalaman yang lebih intim dan personal. Dalam siaran langsung, host dapat menjawab pertanyaan, memberikan tanggapan, dan berinteraksi secara real-time dengan penonton, yang meningkatkan keterlibatan dan membangun komunitas.

Salah satu keuntungan utama dari fitur live streaming adalah kemampuannya untuk memberikan peluang bisnis. Banyak influencer dan kreator konten memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan produk dan layanan. Saat melakukan siaran langsung, mereka dapat mendemonstrasikan produk secara langsung, menjelaskan manfaatnya, dan menjawab pertanyaan dari penonton. TikTok juga memberikan sistem monetisasi yang menarik, di mana penonton dapat memberikan "gift" virtual kepada host, yang dapat dikonversi menjadi uang nyata. Ini memberikan insentif bagi host untuk meningkatkan kualitas konten dan interaksi mereka dengan audiens. Namun, keberadaan TikTok dan fitur live streaming juga membawa dampak sosial dan budaya yang signifikan. Di satu sisi, platform ini memungkinkan individu untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas. Banyak pengguna yang membagikan keterampilan atau pandangan mereka, menciptakan ruang untuk keragaman suara. Di sisi lain, ada tantangan terkait dengan penggunaan TikTok, terutama di kalangan remaja. Keterlibatan yang tinggi dengan aplikasi ini dapat menyebabkan perilaku adiktif, yang berdampak negatif pada kesehatan mental dan kesejahteraan

pengguna. Dengan meningkatnya popularitas TikTok, penting untuk memiliki kesadaran tentang tanggung jawab yang menyertainya. Pengguna perlu memahami etika dalam berinteraksi dengan audiens mereka dan menghindari penyebaran informasi yang salah atau berbahaya. TikTok juga harus terus mengatur konten yang diunggah melalui kebijakan komunitas yang jelas, sehingga menciptakan lingkungan yang aman bagi semua pengguna.

Akun TikTok @Ricism\_ dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki pengikut yang besar (18,8 ribu) dan tingkat interaksi yang tinggi, menunjukkan kemampuannya dalam menarik dan mempertahankan perhatian audiens saat live. Meskipun sempat vakum dan mengalami penurunan pengikut, @Ricism\_ berhasil menarik kembali perhatian audiens melalui strategi baru dan pemahaman tentang algoritma TikTok, menjadikannya contoh strategi komunikasi yang efektif. Keragaman konten yang disajikan, meliputi promosi produk dan interaksi langsung dengan audiens, memberikan data kaya untuk analisis, sementara keterbukaan informasi memungkinkan penelitian mendalam tentang strategi komunikasi yang efektif dalam memanfaatkan fitur live. Host @Ricism\_ mengikuti jadwal live yang ditentukan oleh agensi, tetapi seringkali mengubah waktu tersebut untuk strategi yang lebih baik, dengan target minimal 4 jam live setiap hari dan tujuan memperoleh minimal 1.000 koin per sesi, yang setara dengan sekitar Rp 16.350. Selama live, host menjelaskan 10 jenis baju dan rata-rata menjual 5-10 item, sambil menggunakan strategi lain seperti permainan untuk menarik perhatian dan memperoleh gift dari penonton. Total fee dari live diakumulasikan tanpa potongan dari TikTok atau agensi, meningkatkan penghasilan langsung ke tabungan host. Selain itu, host menyadari perlunya mengadaptasi strateginya mengikuti pembaruan algoritma TikTok, sehingga dapat menarik minat pembeli dan penonton dengan lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh host TikTok dalam memanfaatkan fitur live sebagai daya tarik audiens, yang berhasil diterapkan dengan memanfaatkan konten beragam, interaksi real-time, fitur khusus, dan menentukan waktu live yang strategis, serta memahami preferensi audiens dan beradaptasi terhadap tren dan algoritma untuk keberhasilan strategi di platform media sosial.

Strategi komunikasi dapat menentukan sukses atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif, begitupun dengan @Ricism\_ yang melakukan strategi komunikasi melalui media sosial yaitu TikTok lewat fitur *Live Streaming* untuk meningkatkan daya tarik audiens. Untuk mencapai tujuan strategi komunikasi harus bisa menunjukkan konsepnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berubah sesekali bergantung dari situasi dan kondisi. Di dalam akun Tiktok @Ricism\_ host menjadi komunikator yang harus mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat, serta tingkah laku

komunikasi dengan mekanisme daya tarik jika seorang komunikator merasa jika komunikator turut serta dengannya, dengan demikian seorang komunikator merasa dirinya mempunyai kesamaan dengan komunikator. Sikap komunikator yang berusaha menyesuaikan diri dengan komunikator ini tentunya menimbulkan simpati komunikator pada komunikator.

Teori Strategi Komunikasi oleh Harold Lasswell dapat dilakukan melalui tahap-tahap pada model SMCRE merupakan kepanjangan dari *who* (siapa/sumber), *says what* (pesan), *in which channel* (saluran), *to whom* (penerima), *with what effect* (dampak/efek) atau “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”. Teori ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana cara @Ricism\_ dalam menyampaikan informasi atau topik pembahasan yang akan disampaikan pada saat live untuk menarik perhatian audiens agar audiens melakukan tindakan perubahan sikap. Melalui strategi komunikasi yang dilakukan saat live streaming. Teori ini menjelaskan bagaimana Instagram sebagai media yang menyampaikan sebuah pesan dari komunikator kepada komunikator dan memunculkan efek bagi penerimanya. Seorang komunikator akan berhasil melakukan komunikasi jika mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikator melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikator merasa bahwa ikut serta bersamanya.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Host Live Pada Akun @Ricism\_ Dalam Memanfaatkan Fitur Live Tiktok Sebagai Daya Tarik Audiens.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi host live pada akun @Ricism\_.

Menurut Moleong (2010) data yang diperoleh akan dikumpulkan dan diwujudkan secara langsung dalam bentuk deskriptif atau gambaran tentang suasana atau keadaan objek secara menyeluruh dan apa adanya berupa kata-kata lisan atau tertulis dari orang atau perilaku yang diamati. Menurut Nazir (2014) Penelitian deskriptif kualitatif meneliti suatu kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun peristiwa masa sekarang secara sistematis faktual dan akurat mengenai fakta yang diteliti. Jadi penelitian deskriptif kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata lisan atau tertulis mengenai orang, perilaku atau fakta yang diamati.

Objek penelitian ini adalah akun tiktok @Ricism\_. @Ricism\_ merupakan akun seorang tiktoker yang sedang melaksanakan live. Penelitian memiliki fokus penelitian yaitu Strategi komunikasi yang dilakukan oleh host live @Ricism\_.

Ada dua jenis sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari sumber asli atau pertama. Dalam penelitian ini, data

dikumpulkan dari sumber yang menjadi objek penelitian atau sumber informasi. (Umi Narimawati (2008) dalam Pratiwi (2017)). Untuk penelitian ini, data primer akan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang menggunakan fitur live sebagai bagian dari strategi komunikasi. Menurut sugiyono (2016) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Data sekunder sebagai pelengkap yang berfungsi membantumu melengkapi data yang di butuhkan oleh data primer.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi, Teknik keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber peroleh data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk pemahaman mendalam mengenai Strategi Komunikasi Host Live Pada Akun *@Ricism\_* Dalam Memanfaatkan Fitur Live Tiktok Sebagai Daya Tarik Audiens. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman lebih mengenai strategi komunikasi host live *@Ricism\_* dalam meningkatkan daya tarik audiens. Penelitian berkaitan dengan teori strategi komunikasi Harold Lasswell model SMCRE merupakan kepanjangan dari *who* (siapa/sumber), *says what* (pesan), *in which channel* (saluran), *to whom* (penerima), *with what effect* (dampak/efek). Model SMCRE membantu menjelaskan bagaimana Strategi Komunikasi yang di gunakan oleh *@Ricism\_*

### 1. *Who* (Sumber)

Nurisma Sofiyani, atau Ricis, adalah sumber pesan yang berpengalaman sebagai live streamer dan content creator. Usia 23 tahun dan latar belakang sebagai front office reception dan freelancer memberinya keterampilan komunikasi yang kuat. Pengalaman ini membantunya dalam beradaptasi dengan tuntutan live streaming yang memerlukan interaksi langsung dan pengelolaan konten secara real-time. Keberhasilan Ricis dalam berfungsi sebagai sumber pesan dapat dilihat dari cara dia mengelola dan menyampaikan konten selama sesi live streaming. Dengan latar belakang yang kuat dalam komunikasi dan manajemen, Ricis dapat menghadapi berbagai situasi dengan percaya diri dan dinilai humoris. Keberagaman pengalaman profesionalnya memungkinkan dia untuk menyampaikan pesan dengan cara yang bersahabat dan menarik, memanfaatkan kepribadian uniknya untuk menciptakan hubungan yang erat dengan audiens. Pendekatan ini tidak hanya membantu Ricis dalam membangun kredibilitas, tetapi juga menegaskan keahlian dan otoritasnya sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.

Kredibilitas yang dimiliki oleh *@Ricism\_* terbentuk melalui kejujuran dalam informasi yang disampaikan, sehingga audiens merasa

percaya pada apa yang dia katakan. Kejujuran ini menciptakan rasa saling percaya yang mendalam antara Ricis dan pengikutnya, yang penting dalam membangun komunitas yang solid. Keahlian yang dimiliki @Ricism\_ tampak dari gaya penyampaian pesan yang jelas dan terstruktur, serta pemilihan topik yang relevan dan menarik. Dengan cara penyampaian yang tidak monoton, dia berhasil menjaga perhatian audiens, membuat mereka tetap terlibat dan tertarik untuk mengikuti setiap sesi live. Keahlian ini juga terlihat dalam kemampuannya untuk menjawab pertanyaan dan berinteraksi secara langsung dengan audiens, sehingga menciptakan suasana yang interaktif dan menyenangkan. Otoritas yang dimiliki oleh Ricis mencerminkan hak dan kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan audiensnya. Otoritas ini tidak hanya berasal dari pengalaman yang dimilikinya dalam berbagai bidang, tetapi juga dari kepercayaan yang dibangun melalui konsistensi dalam penyampaian informasi yang berkualitas. Otoritas tersebut terlihat jelas saat dia membahas topik-topik tertentu; audiens cenderung menghargai pandangannya dan merasa bahwa informasi yang disampaikan adalah sumber yang dapat diandalkan

## 2. *Says What (Pesan)*

Dalam konteks @Ricism\_, pesan yang disampaikan selama live streaming memiliki kompleksitas yang moderat dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan minat audiensnya. Pesan ini melibatkan berbagai topik, dari kehidupan pribadi Ricis hingga promosi produk, dan disampaikan dengan cara yang fleksibel dan menarik. Kompleksitas pesan dalam live streaming @Ricism\_ tidak terlalu tinggi, yang berarti informasi disajikan dengan cara yang mudah dipahami tanpa menjadi terlalu rumit atau membingungkan. Topik-topik yang disampaikan @Ricism\_ dianggap tidak monoton karena selalu bervariasi contohnya seperti curhat dengan audiens, mencari topik yang lucu, obrolan *random* yang membuat para audiens memilih untuk menonton live, menanyakan kabar anak, atau komentar-komentar gombal yang diberikan oleh audiens.

Dengan menawarkan kesempatan untuk memberikan gift dan berkomentar, @Ricism\_ menciptakan rasa keterlibatan yang lebih dalam bagi penonton, yang memperkuat hubungan mereka dengan konten dan penyaji. Secara keseluruhan, pesan yang disampaikan selama live streaming @Ricism\_ tidak hanya efektif dalam menjangkau audiens tetapi juga berhasil menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi mereka.

## 3. *In which channel (Saluran)*

Saluran adalah platform yang digunakan untuk mengirim pesan, dan dalam hal ini, TikTok menjadi saluran utama untuk live streaming @Ricism\_. TikTok memiliki banyak keunggulan yang membuat penyampaian pesan menjadi efektif. Platform ini dikenal mudah untuk menerima pesan lewat live streaming. Dengan antarmuka yang sederhana dan fitur-fitur yang mendukung, pengguna bisa menyampaikan informasi secara langsung tanpa gangguan. Notifikasi cepat dan tampilan yang ramah pengguna membuat pesan mudah diterima, sehingga komunikasi dengan audiens bisa dilakukan secara real-time.

TikTok juga menawarkan fitur promosi yang memungkinkan pengguna mengiklankan produk tanpa mengganggu pengalaman menonton. Pengguna dapat menampilkan produk, memberikan penjelasan, dan menjawab pertanyaan secara langsung selama live, sehingga produk lebih terlihat dan mendapatkan umpan balik langsung dari audiens. Selain itu, TikTok memiliki jangkauan yang luas; live streaming tidak hanya untuk pengikut, tetapi juga bisa menjangkau orang yang belum mengikuti akun. Ini meningkatkan potensi audiens dan kesempatan untuk menarik perhatian lebih banyak orang.

Interaksi yang dinamis antara pengguna dan audiens juga sangat penting di TikTok. Algoritma rekomendasi yang canggih dapat menampilkan live streaming di feed pengguna yang belum mengikuti, sehingga lebih mudah untuk menarik audiens baru. TikTok juga menyediakan fitur kreatif seperti filter dan efek, yang membuat pengalaman menonton menjadi lebih seru dan menarik. Dengan fitur komentar, likes, dan gift, TikTok memungkinkan interaksi yang lebih aktif. Gift yang diterima selama live bisa ditukar dengan uang, memberikan motivasi tambahan bagi pengguna untuk menjaga kualitas konten dan interaksi. TikTok Live juga menawarkan berbagai filter dan efek yang menambah elemen hiburan, membuat pengalaman menonton lebih menyenangkan. Jika dibandingkan dengan Instagram Live, TikTok Live jelas lebih unggul dalam hal jangkauan, interaksi, dan promosi, menjadikannya pilihan terbaik bagi @Ricism\_ untuk menyampaikan pesan dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens.

#### 4. *To whom (Penerima)*

Dalam konteks ini, penerima adalah pengikut akun TikTok @Ricism\_. Audiens @Ricism\_ berasal dari berbagai latar belakang pendidikan dan profesi, termasuk mahasiswa dan karyawan, dengan rentang usia antara 20 hingga 23 tahun. Mereka mengikuti @Ricism\_ karena tertarik dengan konten yang disajikan dan interaksi selama live streaming. Konten yang menarik dan interaktif, sering disajikan dengan humor, menjadi daya tarik utama bagi mereka. Mereka juga menghargai transparansi dan kejujuran Ricis dalam penyampaian informasi, yang berkontribusi pada kredibilitas akun. Dalam hal keterlibatan, pengikut aktif menonton siaran langsung @Ricism\_ dan memberikan dukungan melalui gift, like, dan komentar.

Keterlibatan audiens terlihat dari seberapa sering mereka menonton, memberikan gift, dan berkomentar. Banyak pengikut yang aktif menonton siaran langsung secara rutin, serta memberikan dukungan dalam bentuk gift, like, dan komentar. Meskipun ada yang hanya sesekali menonton, tingkat keterlibatan mereka tetap tinggi. Pengikut merasa terhibur dengan konten yang disajikan dan menghargai kejujuran serta transparansi Ricis dalam menyampaikan informasi.

@Ricism\_ berhasil menarik perhatian audiens dengan konten yang menarik dan interaktif, serta membangun kredibilitas melalui transparansi dan kejujuran. Pengikut merasa terlibat dan terhibur, dan mereka



menghargai cara Ricis menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dipahami. Keberhasilan @Ricism\_ dalam membangun hubungan dengan pengikutnya dan menjaga keterlibatan aktif melalui live streaming dan konten kreatif menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan efektif dalam menciptakan komunitas yang loyal dan terhubung

#### 5. *With what Effect (Dampak/efek)*

Analisis keterlibatan penonton selama live streaming oleh @Ricism\_ menunjukkan bahwa interaksi personal dan manajemen yang efektif sangat penting untuk meningkatkan pengalaman penonton. Wawancara mengungkapkan variasi dalam tingkat keterlibatan; beberapa penonton merasa sangat terhubung dengan acara, sementara yang lain kurang terlibat. Keterlibatan yang tinggi sering dicapai ketika penonton merasa diperhatikan secara langsung. Salah satu cara yang digunakan @Ricism\_ untuk meningkatkan keterlibatan adalah dengan memberi penghargaan dan ucapan terima kasih kepada penonton yang memberikan gift, yang menciptakan rasa penghargaan dan memperkuat keterhubungan dengan acara. Sapaan langsung dari @Ricism\_ selama sesi live juga berkontribusi pada keterhubungan, membuat penonton merasa diperhatikan, yang meningkatkan partisipasi mereka dalam berkomentar dan berinteraksi. Respons terhadap komentar beragam, tergantung pada jumlah komentar yang diterima, tetapi @Ricism\_ konsisten memberikan jawaban yang baik dan informatif, sehingga penonton merasa didengar dan diakui. Dalam hal motivasi tindakan penonton, @Ricism\_ mampu mendorong penonton untuk memberikan gift, membagikan live streaming kepada teman-teman, dan melakukan pembelian produk yang dipromosikan. Interaksi langsung dan promosi yang efektif dapat memotivasi penonton untuk terlibat lebih dalam, menguntungkan mereka dan host. Temuan ini menekankan bahwa keterlibatan penonton dipengaruhi oleh interaksi personal, kualitas respons, dan dorongan untuk tindakan spesifik. Strategi yang diterapkan oleh @Ricism\_ terbukti efektif dalam menciptakan pengalaman interaktif yang meningkatkan keterlibatan penonton dan memotivasi mereka untuk memberikan dukungan lebih besar.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah di paparkan, dapat di simpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh host live di akun @Ricism\_. Sumber atau Host Live Risma memiliki kredibilitas dan keahlian, dan otoritas, kredibilitas yang dimiliki oleh @Ricism\_ melalui kejujuran informasi yang disampaikan membuat audiens merasa percaya pada apa yang @Ricism\_ katakan, keahlian yang dimiliki oleh @Ricism\_ dengan gaya penyampaian pesan yang jelas dan topik atau pembahasan tidak monoton sehingga membuat audiens tertarik untuk menonton live nya. Otoritas yang dimiliki adalah hak untuk berkomunikasi dengan para audiensnya, atau pengalaman yang dimiliki oleh ricis, otoritas terlihat saat topik pembahasan yang disampaikan oleh ricis. @Ricism\_ menggunakan tiktok karena melihat daya tarik yang ada dalam tiktok, tiktok menampilkan filter-filter yang tidak aneh-aneh dan mudah untuk digunakan atau di aplikasikan. @Ricism\_

tidak membatasi usia audiens atau penonton yang menonton live nya. Semua kalangan bisa saja masuk ke dalam live streaming @Ricism\_. Dari efek yang di terima oleh @Ricism\_ dia memperoleh gift dimana nanti gift akan menjadikan rate akun tiktok menjadi naik menjadi lebih baik, dan gift juga menunjukkan bahwa adanya daya tarik ketika @Ricism\_ sedang *live streaming*. Audiens memberikan gift memiliki arti bahwa audiens tertarik dengan @Ricism\_ ketika live.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Kusumastuti, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. (Sukarno,. Firtatun Annisya) Semarang, Jawa Tengah
- Adinda Ayu Puspita Sari, M. A. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee *Live Streaming* Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9, 41-58.
- Adita Nurkholiq, O. S. (2019, Oktober). Analisis Pengendalian Kualitas (Quality Control) Dan Meningkatkan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2).
- Aifia Salsabila, D. N. (2024, Mei). Pemanfaatan Tiktok Live Sebagai Sarana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Galaxy Picture. *Jurnal Sahmiyya*, 3.
- Amadea Dewasanya, F. A. (2024). Analysis Of Live Streaming Communication Strategies On Tiktok Social Media To Increase Msme Sales A Study On Tiktok Glad2glow. *Jurnal Of Sharia Economic*, 7(2).
- Andia Elfika Priselie, S. P. (2022, Maret 1). Strategi Komunikasi Digital Influencer Dalam Menggunakan Media Instagram Sebagai Media Fundraising. *Jurnal Prologia*, 6(1), 163-170.
- Aryo Paramarta, B. R. (2022). Strategi Wayang Kampung Sebelah Dalam Menyampaikan Pesan Kritik Sosial Pada Warga Siwal Baki. *Jurnal Ilmu Sosial*, 6(2).
- Avelia Farera Gabriel Diarya, V. R. (2023). Pengaruh Live Streaming Tiktok Terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Jims Honey Di Surabaya Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Negara*, 11(2).
- Aziz, M. W. (2024, Maret). Strategi Komunikasi Es Kopi Kulu Dalam Meningkatkan Brand Awareness Studi Kasus Kedai Kopi Kulumanu Kota Tangerang. *Jurnal Komunikasi Dan Sosial*, 2(1), 198-211.
- Jaka Atmaja, T. T. (2020, September). Analisis Pengaruh Daya Tarik Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Berbelanja Dirumah Oxcart. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1).

- Jovan Abdul Asyraf, E. D. (2022, Juli ). Tren Live Streaming Di Platfrom E-Commerce Seni Berkomunikasi Dalam Memberi Efek Persuasif Pada Costumer. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2).
- Muhammad Dimas Ariansyah, A. R. (N.D.). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Tiktok Winddam.Id Melalui Live Streaming Tiktok.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2).
- Ria Listianingrum, A. F. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA INSTAGRAM DALAM MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA MAHASISWA. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 4(1), 11-23.
- Risma Agistiani, A. R. (2023). Live-Streaming Tiktok: Strategi Mahasiswa Cerdas Untuk Meningkatkan Pendapatan Era Digitalisasi. *Journal OfRosa Shafira Gunawan, A. W. (2022, November 2). 5 Fitur Live Streaming Tiktok Viral. Retrieved from NBRSCORP.*
- Robi Hasanatun Salamah, S. D. (2021, September). Penerapan Fitur-Fitur Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Tingkat Smk/Sma. *Jurnal Simbol*, 9(2), 84-94.
- Syafnidawaty. (2020, November 8). *Data Primer*. Retrieved From Universitas Raharja.
- Syafnidawaty. (2020, November 8). *Data Sekunder*. Retrieved From Universitas Raharja *Management And Digital Business*, 3, 1-19.
- Tesi Indriyani, R. H. (2021, Desember). Makna Interaksi Host Dengan Penonton Saat Live Streaming Di Aplikasi Uplive. *Jurnal Professional Fis Unived*, 8(2).
- Utama, L. H. (2020). Peran Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Dan Harga Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pembersih Wajah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1).
- Viona Amalina, H. R. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Live Shope Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 6(2).
- Yupitriani, A. H. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. *Jurnal Komunikasi Universal*, 5(1), 70-92.
- Zayyan Syafika Mumtaz, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Promosi Dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 282-291.
- Winda Kuntiawan, J. H. (2022). Keberadaan Ilmu komunikasi dan Perkembangan Teori Komunikasi dalam Peradaban Dunia. *Jurnal Maktabatun Journal*, 1(2), 73-76
- .

