

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam bidang teknologi komunikasi, seperti *smartphone* dan internet, telah meningkatkan cara manusia berkomunikasi. Ada berbagai macam media yang hadir untuk memfasilitasi interaksi manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, internet telah menjadi kebutuhan utama masyarakat (Novianita et al., 2024). Dengan adanya perkembangan internet berbagai teknologi salah satunya adalah media sosial pengertian dari media sosial sendiri adalah teknologi digital yang berfungsi sebagai sebuah sarana komunikasi berbasis internet yang memungkinkan para *user* bisa berkomunikasi dalam bentuk gambar, teks, suara, dan video (Cangara, 2022:180). Seperti yang dijelaskan Chris Brogan, media sosial merupakan serangkaian perangkat komunikasi dan kolaborasi yang inovatif, yang memberikan kesempatan bagi masyarakat umum untuk terlibat dalam berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak dapat diakses (Chris Brogan, 2010). Kehadiran media sosial memberikan kemudahan dalam berkomunikasi. Komunikasi adalah suatu proses di mana informasi, gagasan, atau perasaan dibagikan, bukan hanya melalui kata-kata tertulis atau lisan, tetapi juga melalui bahasa tubuh, gaya atau penampilan pribadi, dan hal-hal lain di sekitarnya yang membantu mengklarifikasi makna (Liliweri dalam Dinar Soelistyowati (2019). Lalu adapun komunikasi menurut Everret M.Rogers dalam Mulyana (2000) menjelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana suatu ide atau pesan

disampaikan dari sumber kepada satu atau lebih penerima dengan tujuan mempengaruhi atau mengubah perilaku mereka. Dengan adanya media sosial memudahkan kita sebagai pengguna untuk berkomunikasi dan bersosialisasi, dan memungkinkan kita sebagai pengguna dapat memberikan pendapat, berkomentar, dan menuangkan ide secara bebas serta pengguna dapat merasakan memiliki media sendiri (Cangara, 2022:182)

Dalam penggunaan media sosial setiap individu tidak terlepas dari perilaku komunikasi. Perilaku manusia sendiri merupakan hasil dari interaksi dari karakteristik kepribadian individu dan lingkungannya dalam hal ini mencakup segala kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh individu, baik yang dapat diamati secara langsung maupun yang tidak dapat diamati dari luar (Saleh, 2020:14). Perilaku memiliki peran yang sangat signifikan dalam era media sosial yang semakin maju. Sebagaimana yang telah dipaparkan Notoatmodjo bahwa perilaku merupakan tanggapan/ respons seorang individu terhadap rangsangan yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya sendiri (Notoatmodjo, 2010). Dalam proses komunikasi tidak terlepas dari simbol dan kode karena perilaku komunikator kepada penerima terdiri dari rangkaian simbol dan kode diantaranya kode verbal dan non verbal (Cangara, 2022:123).

Dari berbagai media sosial yang hadir saat ini, tiktok merupakan salah satu media sosial yang tengah digandrungi oleh semua kalangan baik muda ataupun tua (Cangara, 2022:88).dimana setiap pengguna yang mampu berkomunikasi dengan baik cenderung mendapatkan lebih banyak dukungan, partisipasi, dan pengikut sehingga dapat meningkatkan popularitas sehingga banyak pengguna terpacu untuk

mendapatkan jumlah tayang sehingga berpengaruh kepada standar popularitas dalam komunitas TikTok (Wulan et al., 2024). TikTok merupakan platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan siaran langsung, membuat, mengunggah, dan menyebarkan konten video pendek (Kartini, 2023). Dalam konteks ini, perilaku komunikasi para pengguna tiktok dapat dipandang sebagai tanggapan atau respons terhadap rangsangan yang berasal dari lingkungan virtual mereka. Pengguna tiktok cenderung merespons berbagai tren, musik populer, atau konten viral melalui video pendek untuk diunggah dan dibagikan kepada teman dan dunia perilaku ini merupakan hasil dari interaksi mereka dengan lingkungan virtual (Oktavia et al., 2023). Seperti halnya algoritma tiktok yang merekomendasikan konten tertentu, serta pengaruh dari komunitas dan influencer di platform tersebut (Susanti et al., 2023). Selain itu, dalam membuat konten atau saat melakukan siaran langsung di tiktok, pengguna seringkali mengombinasikan lambang verbal (misalnya teks, narasi, atau lirik lagu) dan nonverbal (seperti gerakan tubuh, ekspresi wajah, atau efek visual) secara bersama-sama. Dengan demikian, perilaku komunikasi di tiktok dapat dipandang sebagai tanggapan atau respons terhadap rangsangan lingkungan virtual, yang terbentuk melalui interaksi dengan algoritma, tren, dan komunitas di platform tersebut. Perilaku ini diekspresikan melalui kombinasi lambang verbal dan nonverbal dalam bentuk konten video pendek yang dibagikan oleh para pengguna.

Salah satu fitur yang dapat digunakan oleh pengguna tiktok yang memungkinkan mereka dapat berinteraksi secara *real-time* dan dinamis adalah fitur siaran langsung (Raihan, 2022). Dalam fitur siaran langsung di tiktok, pengguna

dapat berinteraksi melalui percakapan, komentar, serta reaksi selama siaran berlangsung . Menurut TikTok sendiri pada laman resminya <https://support.tiktok.com/> fitur siaran langsung ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan penonton, menerima komentar, dan memberikan tanggapan secara *real-time*. Selain itu, penonton juga dapat memberikan *gift* (Hadiah Virtual) kepada pengguna yang sedang melakukan siaran langsung. Dengan fitur-fitur tersebut setiap pengguna tiktok dapat menciptakan pengalaman siaran langsung yang interaktif dan menarik bagi penonton mereka.

Perilaku komunikasi mereka merupakan respons terhadap rangsangan dari pengguna lain yang terlibat dalam siaran tersebut. Selama berinteraksi, pengguna mengombinasikan penggunaan lambang verbal, seperti pernyataan lisan, pertanyaan, atau merespons komentar, dengan lambang nonverbal berupa gerak tubuh, ekspresi wajah, dan bahasa isyarat (Pratiwi et al., 2023). Interaksi dalam live streaming memfasilitasi pertukaran informasi, pengetahuan, dan pendapat secara langsung, di mana pengguna dapat merespons komentar, pertanyaan, atau bahkan kritik dari pengguna lain secara *real-time* . Dengan demikian, perilaku komunikasi pengguna dalam fitur siaran langsung di tiktok mencerminkan respons terhadap rangsangan lingkungan virtual yang interaktif, dengan melibatkan kombinasi lambang verbal dan nonverbal secara simultan dalam proses interaksi antar pengguna secara langsung.

Dalam melakukan siaran langsung di tiktok perilaku komunikasi yang efektif dapat menjadi faktor kunci dalam mencapai kesuksesan dan popularitas. Perilaku komunikasi yang efektif dapat melibatkan kemampuan berinteraksi secara positif

dan ramah dengan pengguna lain. Hal tersebut mencakup kemampuan mendengarkan dengan baik, merespons dengan sopan, menghargai pendapat orang lain, dan menghindari konflik atau persepsi negatif. Dalam dunia media sosial yang penuh dengan beragam pendapat, perilaku komunikasi yang efektif menjadi pondasi penting untuk membangun hubungan yang baik. Selain itu, perilaku komunikasi yang efektif saat melakukan siaran langsung di tiktok dapat berdampak pada reputasi dan popularitas seseorang.

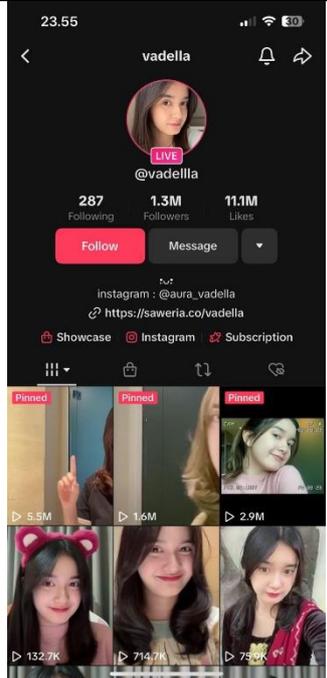
Dalam membangun interaksi sosial terkhusus pada media sosial terdapat berbagai rintangan serta hambatan baik secara fisik maupun sosial budaya, terkhusus kepada hambatan atau rintangan dari interaksi sosial yang dibangun dari sosial media adalah gangguan teknis seperti alat alat komunikasi serta penggunaan bahasa yang berbeda yang digunakan oleh penerima karena penggunaan media sosial bersifat global dan dapat diakses siapapun dan kapanpun (Cangara, 2022:123). Gangguan yang disebabkan oleh media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi terkhusus pada aspek ini seperti sinyal yang terputus saat melakukan komunikasi menjadi permasalahan yang sering dijumpai saat penyampaian komunikasi verbal maupun non verbal di media sosial (Parianto & Marisa, 2022). Selain gangguan tersebut terdapat juga keterbatasan dalam menggunakan simbol nonverbal dan perbedaan budaya dalam hal ini konteks komunikasi dapat menjadi hambatan dalam berkomunikasi terkhusus di sosial media (Cangara, 2022:129)

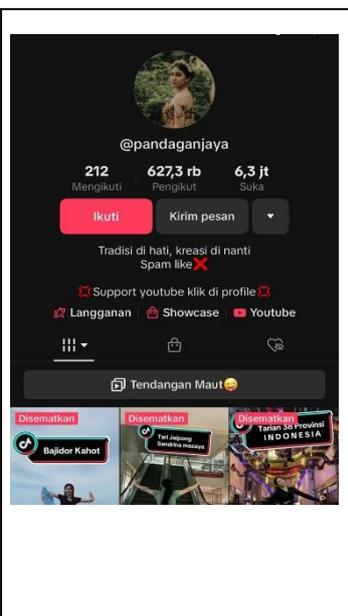
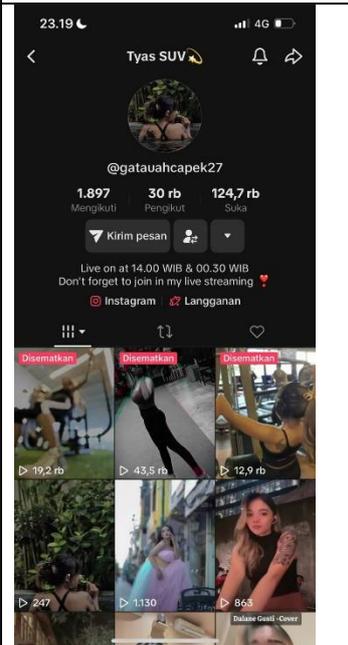
Melalui *platform* sosial media TikTok berbagai pemilik akun telah melakukan interaksi melalui siaran langsung untuk meningkatkan popularitas mereka diantaranya ada Vadella pemilik akun @Vadella ,Cici pemilik akun

@pandanganjaya, dan Tyas ameera pemilik akun @gatauahcapek27. Namun terlihat dari tabel di bawah dari ketiga akun tersebut urutan pertama ditempati oleh Vadella Bernanda yang merupakan seorang influencer tiktok dengan pengikut sebanyak 1,3 juta dan dengan rata-rata 1 juta penayangan untuk setiap konten yang diunggahnya.

Berikut adalah tabel perbandingan yang memuat beberapa kriteria dari ketiga akun tersebut meliputi jumlah pengikut di TikTok dan jumlah *likes* di TikTok

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Pengikut dan *Likes*

NO	Nama Pemilik Akun	Jumlah Pengikut	Jumlah <i>Likes</i>	Tampilan <i>Profile</i> Akun
1	Vadella Bernanda	1.3 Juta	11.1 Juta	

2	Cici	623 Ribu	6.3 Juta	
3	Tyas Ameera	30 Ribu	124.7 Ribu	

Sumber : TikTok @Vadella, @Pandanganjaya, @gatauahcapek

Vadella telah berhasil menarik perhatian dari berbagai kalangan, baik remaja maupun dewasa. Dengan popularitas yang dimilikinya, Vadella aktif mengunggah konten-konten menarik di tiktok. Selain itu Vadella juga seringkali aktif melakukan siaran langsung di platform tiktok. Dalam siaran langsung tersebut, Vadella berinteraksi secara *real-time* dengan penggemarnya dengan menjawab

pertanyaan, dan berbagi cerita atau aktivitas kesehariannya. Dalam setiap melakukan siaran langsung Vadella berhasil menarik perhatian sebanyak 11 ribu penonton secara real-time. Perilaku komunikasi yang ditampilkan Vadella selama siaran sangat interaktif dan ekspresif, memadukan penggunaan lambang verbal dan nonverbal. Secara verbal, Vadella menggunakan gaya bahasa yang kekinian dan akrab, diselingi dengan istilah-istilah populer di kalangan remaja. Dengan aktif merespons komentar serta pertanyaan dari penonton dengan cepat dan agar siaran tetap menarik dan menghibur. Dari segi nonverbal, Vadella menampilkan ekspresi wajah, gerakan tubuh yang ekspresif, serta bahasa isyarat yang menarik. Selain itu, Vadella juga memanfaatkan filter dan efek visual yang tersedia di tiktok untuk tetap menarik perhatian penonton selama tampilan siarannya.

Selama siaran berlangsung, Vadella membangun kedekatan dengan para penonton. merespons interaksi, melibatkan penonton dalam aktivitas atau tantangan tertentu, serta menciptakan suasana yang menyenangkan dan menghibur. Dengan perilaku komunikasi yang menarik dan interaktif, Vadella berhasil mempertahankan *engagement* yang tinggi selama siaran langsung. Hal ini menunjukkan bahwa popularitas dan pengaruh Vadella di tiktok tidak hanya berasal dari konten yang diunggahnya, tetapi juga dari kemampuannya dalam melakukan siaran langsung yang interaktif dan menarik bagi pengikutnya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, peneliti memilih untuk melakukan penelitian mengenai perilaku komunikasi *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial tiktok dalam membangun interaksi dengan penonton

untuk meningkatkan popularitas. Dengan demikian, rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Bagaimana *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial tiktok dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana perilaku komunikasi *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial tiktok dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana perilaku komunikasi **verbal** *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial TikTok dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas
2. Bagaimana perilaku komunikasi **non verbal** *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial TikTok dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas
3. Bagaimana **hambatan** atau kendala penyampaian komunikasi **verbal dan non verbal** *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial TikTok dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas

4. Bagaimana **daya tarik** *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial TikTok dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisa perilaku komunikasi *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial tiktok dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas .Hasil akan dituangkan dalam karya tulis ilmiah berupa skripsi, yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Komputer Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perilaku komunikasi **verbal** *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial tiktok dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas.
2. Untuk mengetahui perilaku komunikasi **non verbal** *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial tiktok dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas
3. Untuk mengetahui hambatan atau kendala penyampaian komunikasi verbal dan non verbal *host* siaran langsung @Vadella dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas

4. Untuk mengetahui daya tarik *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial TikTok dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat yang luas dan sesuai tujuan penelitian di atas. Adapun kegunaan penelitian ini baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan dari penelitian ini yaitu untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, secara umum pengembangan ilmu komunikasi dan secara khusus penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemahaman tentang perilaku komunikasi verbal dan non verbal di media sosial TikTok serta memberikan wawasan yang mendalam mengenai hambatan atau kendala dalam penyampaian komunikasi verbal maupun non verbal di *platform* tersebut

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan suatu masukan yang dapat diaplikasikan dan menjadi bahan pertimbangan. Adapun kegunaan secara praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan bagi peneliti

Penelitian ini berguna bagi peneliti sebagai aplikasi ilmu yang selama studi hanya diperoleh secara teori yaitu tentang perilaku komunikasi dalam menggunakan sosial media guna meningkatkan popularitas.

2. Kegunaan bagi akademik

Penelitian ini berguna bagi akademik, juga mahasiswa UNIKOM secara umum dan mahasiswa ilmu komunikasi secara khusus sebagai referensi atau literatur khususnya kepada mahasiswa atau mahasiswi yang juga mengkaji penelitian yang sama yaitu mengenai perilaku komunikasi *host* siaran langsung @Vadella pada media sosial tiktok dalam membangun interaksi dengan penonton untuk meningkatkan popularitas

3. Kegunaan bagi *host* siaran langsung

Penelitian ini berguna bagi *host* siaran langsung sebagai informasi terhadap perilaku komunikasi yang dilakukan oleh *host* siaran langsung untuk dapat terus meningkatkan kemampuan berinteraksi guna meningkatkan popularitas dan eksistensi di media sosial.

4. Kegunaan bagi masyarakat

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan pengetahuan bagi masyarakat secara umum seputar perilaku komunikasi dalam bermedia sosial untuk meningkatkan popularitas dan mendapat keuntungan dari hal tersebut.