



**PROSES PRODUKSI LIVE STREAMING TIKTOK TOKO  
MAMA GIGI DI RANS ENTERTAINMENT**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**SKRIPSI**

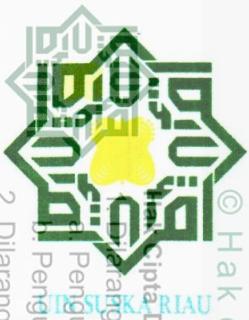
Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**M. ALFI MAHERA**  
**NIM. 11840313917**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PRODI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**  
**RIAU**  
**2025**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**كلية الدعوة و الاتصال**

**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

**PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : M. Alfi Mahera  
 NIM : 11840313917  
 Judul : Proses Produksi Live Streaming TikTok Toko Mama Gigi di RANS Entertainment

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
 Tanggal : 23 April 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 23 April 2025  
 Dekan,  
  
 Prof. Dr. Amron Rosidi, S.Pd., MA  
 NIP. 19811118 200901 1 006

**Tim Penguji**

Ketua/ Penguji I,



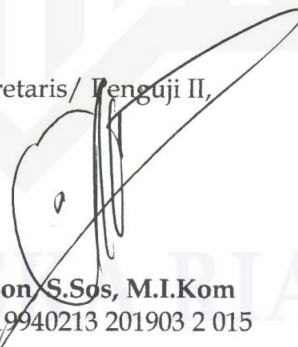
Artis, M.I.Kom  
 NIP. 19680607 200701 1 047

Penguji III,



Rohayati, S.Sos., M.I.Kom  
 NIP. 19880801 202012 2 018

Sekretaris/ Penguji II,



Edison S.Sos, M.I.Kom  
 NIP. 19940213 201903 2 015

Penguji IV,



Yantos, S.IP, M.Si  
 NIP. 19710122 200701 1 016



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PROSES PRODUKSI LIVE STREAMING TIKTOK TOKO MAMA GIGI DI RANS ENTERTAINMENT**

Disusun oleh : ~

**M. Alfi Mahera**  
NIM. 11840313917

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 16 April 2025

Mengetahui,  
Pembimbing,

**Edison, S.Sos, M.I.Kom**  
NIP. 19780416 202321 1 009

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU





## PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Muhammad Alfi Mahesa  
NIM : 11840313917  
Judul : PROSES PRODUKSI LIVE STREAMING TIKTOK TOKO MAMA GIGI DI RANS ENTERTAINMENT

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 28 Mei 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 28 Mei 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Artis, S.Ag, M.I.Kom  
NIP. 19680607 200701 1 047

Penguji II,

Edison, S.Sos, M.I.Kom  
NIP. 19780416 202321 1009



Pekanbaru, 16 April 2025

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-

Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : M. Alfi Mahera  
NIM : 11840313917  
Judul Skripsi : Proses Produksi Live Streaming TikTok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment


Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui,  
Pembimbing,

  
**Edison, S.Sps, M.I.Kom**  
NIP. 19780416 202321 1 009

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

  
**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**كلية الدعوة والاتصال**

**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051

Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

**LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Alfi Mahera  
 Nim : 11840313917  
 Tempat/Tanggal Lahir : Ujungbatu, 27 April 2000  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Judul Skripsi : Proses Produksi Live Streaming TikTok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 16 April 2025  
 Yang membuat pernyataan,



M. Alfi Mahera  
 NIM. 11840313917



## ABSTRAK

**NAMA : M. Alfi Mahera**  
**JURUSAN : Ilmu Komunikasi**  
**JUDUL : Proses Produksi Live Streaming Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment**

Konsep TikTok yang terkesan sederhana yakni hanya menyajikan konten audio visual dengan durasi waktu yang relatif singkat menjadi daya tarik para penggunanya. Trend penggunaan TikTok mengarah sebagai media pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses produksi live streaming pada akun Tiktok Toko Mama Gigi di Rans Entertainment. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi sedangkan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu *standard operation procedure*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses produksi live streaming TikTok Toko Mama Gigi di Rans Entertainment terdiri dari tiga tahap: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, dilakukan penemuan ide, perencanaan, dan persiapan, termasuk pembuatan materi promosi, penyiapan produk, pengaturan wardrobe, properti pendukung, serta strategi afiliasi. Produksi dilakukan dengan durasi 12–16 jam per hari, melibatkan pembagian tugas host dan program khusus. Empat divisi utama yaitu produser, tim Live System Operation (LSO), tim kreatif, dan account manager. Tahap pasca-produksi meliputi evaluasi menyeluruh terhadap performa live streaming, mencakup analisis total penjualan, kualitas teknis, visual, dan pencapaian dibandingkan sesi sebelumnya. Evaluasi ini bertujuan untuk meningkatkan hasil di masa mendatang.

**Kata kunci : Produksi, Live Streaming, Tiktok, Mama Gigi.**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**NAME** : M. Alfi Mahera  
**DEPARTEMENT** : Ilmu Komunikasi  
**TITLE** : *Live Streaming Production Process of Mama Gigi's Shop TikTok at Rans Entertainment*

*The concept of TikTok which seems simple, namely only presenting audio-visual content with a relatively short duration, is an attraction for its users. The trend of using TikTok is towards being an effective marketing medium to increase product sales. This study aims to determine how the live streaming production process is on the Mama Gigi Shop TikTok account at Rans Entertainment. This study uses a descriptive qualitative method. Data collection techniques from this study were interviews, observations and documentation while the theory used in this study was the standard operating procedure. The results of this study indicate that the live streaming production process of Mama Gigi's Shop TikTok at Rans Entertainment consists of three stages: pre-production, production, and post-production. In the pre-production stage, idea discovery, planning, and preparation are carried out, including making promotional materials, preparing products, arranging wardrobes, supporting properties, and affiliate strategies. Production is carried out with a duration of 12-16 hours per day, involving the division of host tasks and special programs. The four main divisions are producers, Live System Operation (LSO) teams, creative teams, and account managers. The post-production stage includes a comprehensive evaluation of the live streaming performance, including analysis of total sales, technical quality, visuals, and achievements compared to previous sessions. This evaluation aims to improve future results.*

**Keywords** : Production, Live Streaming, Tiktok, Mama Gigi





## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Syukur *Alhamdulillah* penulis ucapkan atas kehadiran Allah *subhanahuwata'ala*, yang telah memberikan rahmat dan ridhonya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam penulis kirimkan kepada nabi besar Muhammad SAW sebagai suri teladan yang baik bagi seluruh umat manusia

Skripsi yang “Proses Produksi Live Streaming Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment” ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwa dan Komunikasi pada prodi Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta Ayahanda dan Ibunda yang telah membesarkan, memotivasi, mendidik dan memberikan doa, cinta dan kasih sayangnya hingga hari ini. Semoga semua selalu berada dalam lindungan Allah SWT dimanapun berada dan penulis berdoa semoga pengorbanan beliau mendapatkan pahala dan ridho dari Allah SWT. Amin.

Dalam Penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, dukungan, dorongan bantuan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya dan sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang menjadi bagian dalam menyelesaikan skripsi ini, di antaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M. Ag selaku Wakil Rektor I, Bapak Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M. Pd selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Prof. Edi Erwan, S. Pt., M. Sc., Ph. D selaku Wakil Rektor III.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Statel Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S. Pd, M. A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Dr. Masduki, M. Ag, Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc., Ph.D dan Bapak Dr. H. Arwan, M. Ag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, M. Si dan Bapak Artis M. I. Kom selaku Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi penulis kedepannya.
7. Bapak Edison, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah banyak meluangkan waktu, kesempatan, pikiran dan juga memberikan nasehat kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir skripsi selesai.
8. Bapak Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom selaku penasehat akademik dari awal semester hingga semester sebelas, terimakasih bapak semoga menjadi amal jariyah.
9. Teman-teman Broadcasting terkhusus kelas C angkatan 2018 yang menjadi teman belajar dan mengembangkan potensi diri penulis.
10. Teman-teman sekerja yang selalu memberikan semangat maupun support terhadap penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Pekanbaru, 16 Januari 2025  
Penulis

M. Alfi Mahera  
NIM. 11840313917



## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| ABSTRAK .....                          | i    |
| ABSTRACT .....                         | ii   |
| KATA PENGANTAR .....                   | iii  |
| DAFTAR ISI .....                       | v    |
| DAFTAR TABEL .....                     | vii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                    | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                  | ix   |
| BAB I PENDAHULUAN .....                | 1    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....      | 1    |
| 1.2. Penegasan Istilah .....           | 3    |
| 1.3. Rumusan Masalah .....             | 5    |
| 1.4. Tujuan Penelitian .....           | 5    |
| 1.5. Kegunaan Penelitian .....         | 5    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....          | 7    |
| 2.1. Kajian Terdahulu .....            | 7    |
| 2.2. Landasan Teori .....              | 9    |
| 2.2.1. Tiktok .....                    | 10   |
| 2.2.2. Internet .....                  | 11   |
| 2.2.3. Program Siaran .....            | 11   |
| 2.2.4. Proses Produksi .....           | 14   |
| 2.3. Konsep Operasional .....          | 18   |
| 2.4. Kerangka Pemikiran .....          | 20   |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....    | 21   |
| 3.1. Desain Penelitian .....           | 21   |
| 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian ..... | 22   |
| 3.3. Sumber Data Penelitian .....      | 22   |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....     | 22   |
| 3.5. Validitas Data .....              | 24   |
| 3.6. Teknik Analisis Data .....        | 25   |





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b> | <b>27</b> |
| 4.1. Sejarah Toko Mama Gigi.....                   | 27        |
| 4.2. Subjek Penelitian .....                       | 28        |
| <b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>31</b> |
| 5.1. Hasil Penelitian .....                        | 31        |
| 5.1.1. Penjabaran Hasil Pra Produksi .....         | 32        |
| 5.1.2. Penjabaran Hasil Produksi.....              | 48        |
| 5.1.3. Penjabaran Hasil Pasca Produksi .....       | 58        |
| 5.2. Pembahasan Penelitian .....                   | 63        |
| <b>BAB VI PENUTUP .....</b>                        | <b>67</b> |
| 6.1. Kesimpulan .....                              | 67        |
| 6.2. Saran .....                                   | 68        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                        | <b>69</b> |

## DAFTAR TABEL

|            |                           |    |
|------------|---------------------------|----|
| Tabel 3.1  | Daftar Informan.....      | 23 |
| Tabel 5.1. | Informan Penelitian ..... | 31 |

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR GAMBAR**

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....  | 20 |
| Gambar 4.1 Logo RANS Kekinian Indonesia.....   | 27 |
| Gambar 4.2 Logo Toko Mama Gigi.....  | 28 |
| Gambar 5.1 Visualisasi Kegiatan Live Streaming di TikTok Toko Mama Gigi Entertainment..... | 28 |





## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran 1. Pedoman wawancara .....        | 71 |
| Lampiran 2. Transkrip Hasil Wawancara..... | 72 |
| Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian .....   | 95 |

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini telah membawa banyak perubahan di berbagai bidang kehidupan. Hal ini tentu memudahkan pertukaran informasi karena tersedia secara *real time* 24 jam sehari. Istilah media lahir pada abad ke-20. Beberapa tahun belakangan ini, media baru berhasil melahirkan fenomena media social. Situs media sosial ini menyediakan tempat untuk terhubung dengan teman dan bisnis. Hal ini memberikan dampak terhadap hubungan bisnis antar perusahaan menjadi semakin dinamis. Setiap perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa yang diinginkan pasar. Dalam persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus merencanakan strategi pemasaran yang tepat untuk bersaing dengan perusahaan lain.

Hal ini tentu saja mengubah perilaku yang tadinya konvensional menjadi digital. Perusahaan harus berusaha keras untuk beradaptasi dengan kondisi di mana media sosial merupakan salah satu alat untuk memenangkan persaingan bisnis. Penggunaan media sosial sebagai alat untuk berbisnis dinilai dapat membangun ketertarikan dan keterikatan lebih dengan calon konsumen. Terlebih saat ini dilansir dari *kompas.com* per bulan Januari 2021, separuh dari penduduk Indonesia merupakan pengguna media sosial. Jika dikalkulasikan ada sekitar 170 juta atau sebanyak 61,8% penduduk Indonesia telah menggunakan media sosial.

Banyaknya pengguna media sosial tersebut ternyata menjadi peluang bagi para pelaku usaha maupun perusahaan untuk berselancar dalam dunia digital. Peluang dan tantangan dalam melakukan komunikasi pemasaran digital menjadikan sebuah gebrakan baru dalam dunia pemasaran produk ataupun jasa. Saat ini banyak perusahaan yang sudah beralih menggunakan media sosial sebagai salah satu strategi pemasarannya. Media sosial digunakan sebagai alat memasarkan produk maupun jasa dari sebuah perusahaan. Produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan kemudian akan dicari oleh calon konsumen dengan cara *online*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Muhammad Kasim Riau

Pemasaran digital, salah satunya melalui media sosial merupakan penggunaan media internet dan teknologi interaktif.<sup>1</sup> Tujuannya yaitu untuk menghubungkan konsumen dan perusahaan serta dapat secara langsung berbagi informasi dan berkomunikasi. Media interaktif ini memungkinkan terjadinya arus informasi timbal balik. Selain itu para pengguna dapat berpartisipasi dan memodifikasi isi dari informasi pada saat itu juga.<sup>2</sup>

Salah satu platform yang digunakan perusahaan dalam melakukan pemasaran digital ialah Tiktok. Dilansir dari kompas.com pada 19 April 2021 TikTok merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna aktif berkisar 14,3 juta orang perbulannya di Indonesia Tiktok yang saat ini menjadi *trend* setiap kalangan. Tidak heran banyak perusahaan yang memanfaatkan platform ini sebagai media pemasaran digital.

Konsep TikTok yang terkesan sederhana yakni hanya menyajikan konten audio visual dengan durasi waktu yang relatif singkat menjadi daya tarik para penggunanya. Konten merupakan sebuah pesan melalui teks, gambar, suara, video, kata-kata yang diucapkan dan lain sebagainya.<sup>3</sup> Informasi yang di sampaikan dalam konten kiranya harus memiliki kekuatan agar dapat menarik minat audiens.

Konten merupakan kekuatan utama dalam media sosial. Oleh karena itu teknis pembuatan konten perlu dipikirkan dengan baik. Selain itu melakukan persiapan yang matang akan membantu perusahaan untuk memastikan efektivitas konten dalam media sosial tersebut. Tak hanya efektivitas kontennya saja, tetapi juga dampaknya terhadap bisnis suatu perusahaan. Bagian terpenting dalam merancang sebuah konten yaitu menetapkan target sasaran. Perusahaan harus bisa merancang konten berdasarkan informasi tentang audiens yang disasar. Selain itu, perusahaan juga harus menentukan format konten yang menarik serta memilih gaya pendekatan yang tepat.

Saat ini, trend penggunaan TikTok mengarah sebagai media pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk. Konten-konten yang

<sup>1</sup> Coviello, Miley, dan Marcolin, *Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing* (Journal of interactive marketing, vol.15 no. 44, 2001), hlm. 18-33.

<sup>2</sup> A.M, Morissan, *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu* (Jakarta:Kencana, 2001) hlm. 67.

<sup>3</sup> Gahran, *Pengantar manajemen* (Jakarta: Gramedia Pustaka) hal. 34.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dipublikasikan melalui Tiktok merupakan cara perusahaan meraih keuntungan. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan Tiktok sebagai alat pemasaran digital yaitu Rans Entertainment dengan menggunakan akun @tokomamagigi.

Dalam memproduksi program akun @tokomamagigi melakukan tiga tahapan yang akan dilalui sebelum program yang diproduksi disiarkan yaitu, pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Ketiga tahapan tersebut akan dilalui jika program yang akan di produksi program tapping (rekaman), jika program tersebut live proses produksi hanya melewati dua tahapan yaitu pra produksi dan produksi. Dalam Siaran live, seluruh kru dituntut atau diarahkan lebih profesionalitas untuk meminimalisir kesalahan.

Dengan adanya penjelasan diatas, maka dalam penelitian ini, penulis meneliti di Rans Entertainment dengan alasan, dikarenakan penjualan barang di toko tersebut diproduksi secara *live*, dan penulis memfokuskan penelitian pada proses produksi, menggunakan alat dan aplikasi apa saja untuk melakukan live streaming di akun Tiktok yang memanfaatkan streaming.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan diatas, maka penulis tertarik membahas mengenai **“Proses Produksi Live Streaming Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment”**.

## 1.2. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah dan memahami agar tidak terjadi kesalahpahaman dengan istilah pada penelitian ini, maka pada bagian ini akan dijelaskan istilah-istilah terkait dengan judul, sebagai berikut:

### 1. Proses Produksi

Kamus besar bahasa Indonesia menjelaskan bahwa proses merupakan runtunan perubahan atau peristiwa mengenai suatu perkembangan sesuatu, rangkaian tindakan, pembuatan, atau pengolahan yang menghasilkan produk.<sup>4</sup> Sedangkan produksi merupakan proses

<sup>4</sup> Hasil Pencarian - KBBI Daring,” Di akses pada tanggal 16 Mei 2023 pukul 00:50, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/proses>.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

#### 2. Siaran Langsung (Live)

Siaran langsung atau live merupakan kegiatan penyiaran program yang dilakukan secara langsung tanpa melalui media studio rekaman, semua peristiwa yang terjadi pada tempat kejadian yang sesuai dengan kenyataannya, tanpa melalui rekayasa fasilitas pengeditan.<sup>6</sup>

#### 3. Streaming

*Streaming* istilah dari bahasa Inggris yaitu *stream* artinya sungai. Proses *streaming* diibaratkan seperti aliran sungai yang tidak pernah terputus kecuali jika sumber airnya mengering. Dapat disimpulkan bahwa *streaming* merupakan suatu proses pengiriman data secara terus menerus hingga proses *streaming* selesai. *Streaming* menjadi populer dikarenakan mendistribusikan atau mengirimkan data secara real time melalui internet.<sup>7</sup>

#### 4. Tiktok

Tiktok merupakan salah satu media sosial sekaligus *platform E-Commerce* yang berasal dari Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zang Yiming. Aplikasi ini membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri dan beberapa tahun ini menjadi semakin ramai dengan hadirnya fitur jual-beli secara *online* yang memungkinkan pemakainya untuk melakukan *live streaming*.<sup>8</sup>

#### 5. @Tokomamagigi

@Tokomamagigi merupakan salah satu akun *online shop* di *platform* Tiktok yang ditawarkan oleh istri Raffi Ahmad yaitu Nagita

<sup>5</sup> Hasil Pencarian - KBBI Daring,” di akses pada tanggal 16 Mei 2023 pukul 00:45, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/produksi>.

<sup>6</sup> Eva Arifin, *Broadcasting to be broadcaster* (Yogyakarta, Indonesia: Graha Ilmu, 2010), hlm.191.

<sup>7</sup> Hidajanto Djamil dan Andi Fachrudin, *Dasar-dasar penyiaran: Sejarah, organisasi, operasional, dan regulasi: Edisi 2* (Prenada Media, 2017), hlm. 198.

<sup>8</sup> Sutopo dan Alfin Muslikhun, *Strategi Peningkatan penjualan online melalui live streaming pada media sosial online* (Dharma Ekonomi Vol. 29 No. 56, 2022), hlm. 49-56.

Slavina.<sup>9</sup> Toko online ini melakukan *live shopping* dimana pembeli hanya bisa membeli produk tertentu dan waktu tertentu sesuai dengan waktu sudah dijawabkan. Metode penjualan yang dilakukan toko ini menggunakan fitur *live streaming* yang tersedia di Tiktok.

### 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, dalam penelitian ini penulis mengambil rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Proses Produksi Live Streaming pada akun Tiktok Toko Mama Gigi di Rans entertainment?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses produksi live streaming pada akun Tiktok Toko Mama Gigi di Rans Entertainment.

### 1.5. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademisi
  - a. Diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis secara langsung terhadap pengembangan penelitian pada bidang Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang Broadcasting.
  - b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan bahan untuk diskusi tentang gambaran bagaimana proses produksi *live streaming* pada akun Tiktok Toko Mama Gigi di Rans entertainment.
  - c. Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata I (SI) S.I.Kom di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

<sup>9</sup> Hasil Pencarian – Cerdas Belanja Grid.id,” Di akses pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 08:53, <https://cerdasbelanja.grid.id/read/523412091/cara-belanja-di-toko-mama-gigi-bisa-pakai-shopee-tokopedia-atau-tiktok?page=all>





## 2. Kegunaan Praktis

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai bagaimana proses produksi live streaming pada akun Tiktok Toko Mama Gigi di Rans entertainment.
- b. Hasil penelitian juga dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan komunikasi khususnya mahasiswa ilmu komunikasi untuk dijadikan rujukan atau referensi dalam penelitian yang serupa serta mengembangkan dan melakukan penelitian lanjutan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Kajian Terdahulu

Terdapat beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang penulis teliti mengenai proses produksi yaitu:

1. Risma Agistiani (2023) dengan judul penelitian “Live-streaming TikTok: Strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi”. Tujuan dari penelitian tersebut untuk menemukan strategi khusus dan praktik terbaik dalam melakukan live streaming TikTok yang efektif bagi mahasiswa sehingga dapat memaksimalkan potensi pendapatan tambahan di era digital. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian tersebut ditemukan bahwa, mahasiswa dapat memanfaatkan teknologi yang ada untuk memperoleh pendapatan tambahan selain dari yang didapatkan dari orang tua mereka. Live streaming TikTok menjadi salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh mahasiswa untuk mendapatkan pendapatan tambahan. Terdapat 2 pilihan yang dapat dilakukan untuk mendapatkan pendapatan tambahan yaitu menjadi Host Live dengan pendapatan konsisten akan tetapi waktu ditentukan dari kebijakan perusahaan dan kurang fleksibel atau live streaming secara mandiri untuk memasarkan produk sendiri dengan pendapatan yang tidak konsisten tetapi waktu fleksibel.<sup>10</sup> Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis teliti terletak pada sama-sama mengkaji mengenai proses produksi *live streaming* di Tiktok. Perbedaannya adalah pada penayangannya, kajian terdahulu mengkaji Live Tiktok secara umum sedangkan penulis mengkaji program *lives streaming* pada akun toko online .
2. Siska Apriyanti (2019) dengan judul penelitian “Analisis Produksi Program Saliha NET Tv” tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui

<sup>10</sup> Risma Agistina, *Live-streaming TikTok: Strategi Mahasiswa Cerdas Untuk Meningkatkan Pendapatan di Era Digitalisasi* (Journal of Management and Digital Business, Vol. 3 No.1, 2023), hlm. 1-19.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bagaimana proses produksi program Saliha NET Tv dan untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi pada saat proses produksi program Saliha NET Tv. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa, pada tahapan proses produksi program Saliha sama seperti proses produksi program televisi pada umumnya, meliputi tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada sama-sama mengkaji mengenai proses produksi. Perbedaannya adalah pada penayangannya, kajian terdahulu mengkaji program *tapping* sedangkan penulis mengkaji program *live*. Selain itu media yang digunakan merupakan TV berbeda dimana penelitian ini menggunakan aplikasi Tiktok.

3. Dewi Setiawati (2018) dengan judul penelitian “Produksi Program Talkshow Ngobrol Bareng Ustadz (NGOBRAZ) Di TVRI Lampung” tujuan penelitian tersebut untuk mendeskripsikan bagaimana tahapan proses Produksi Program Talkshow Ngobrol Bareng Ustadz (Ngobraz) di TVRI Lampung lebih mendalam dan mendetail dan untuk menguraikan hambatan apa saja yang ditemui dalam proses Produksi Program Talkshow Ngobrol Bareng Ustadz (Ngobraz) di TVRI Lampung. Menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah proses produksi program *talk show* Ngobrol Bareng Ustadz (Nobraz) yang tayang secara langsung atau *live*, melalui beberapa tahapan produksi, pra produksi, produksi dan pasca produksi ini tetap dilakukan dengan catatan apabila program akan ditayangkan secara *playback* atau tayang ulang.<sup>11</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada sama-sama mengkaji mengenai proses produksi program *talkshow* di televisi. Perbedaannya adalah pada penayangannya, kajian terdahulu mengkaji mengenai proses produksi program *talkshow* di televisi

<sup>11</sup> Dewi Setiawati, “Produksi Program Talkshow Ngobrol Bareng Ustadz (NGOBRAZ) Di TVRI Lampung” (Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2018).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sedangkan penulis mengkaji program yang ditayangkan secara *live streaming* di aplikasi Tiktok.

4. Aswaton Hasanah (2018) dengan judul penelitian “Analisis Produksi Siaran Berita Televisi (Proses Produksi Siaran Program Berita Wajah Aceh Siang Di Metro TV Aceh Edisi Oktober-Desember 2017)” tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui proses produksi siaran program berita Wajah Aceh Siang di Metro TV Aceh dan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi dalam proses produksi berita Wajah Aceh Siang di Metro TV Aceh. Menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa, proses produksi berita standarnya meliputi 3 tahapan yaitu : pertama, pra produksi yang dimulai dari melakukan rapat proyeksi setiap sore hari, untuk menentukan ide dan perencanaan untuk mengatur *schedule* (waktu kerja) hingga persiapan untuk peliputan di lokasi agar bisa berjalan dengan lancar. Kedua, produksi yakni tahap *editing* mulai dari penyusunan naskah, mengedit gambar, mengisi suara (*dubbing*), hingga masuk keruangan *mastercontrol room* (MCR). Ketiga, pasca produksi yakni proses penayangan secara *live* di televisi. Peran *master control room* (MCR) sangatlah penting pada saat melakukan proses siaran langsung, ia harus bisa menjalankan mesin *mixer* di ruang MCR agar tidak terjadi kesalahan pada saat *live*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada sama-sama mengkaji mengenai proses produksi. Sedangkan untuk perbedaannya, kajian terdahulu membahas mengenai produksi *live streaming* sedangkan program yang penulis teliti adalah program *talkshow*.

## 2.2.Landasan Teori

Teori merupakan serangkaian asumsi, konsep, konstruk, definisi dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena secara sistematis. Definisi lain mengatakan bahwa teori merupakan pengetahuan ilmiah yang mencakup

penjelasan mengenai suatu faktor tertentu dari satu disiplin ilmu.<sup>12</sup> Teori adalah tujuan akhir ilmu pengetahuan. Teori merupakan pernyataan umum yang merangkum pemahaman.<sup>13</sup>

Komunikasi berasal dari bahasa latin yakni *Communico* yang artinya membagi, dan *Communis* yang berarti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.<sup>14</sup> Komunikasi adalah proses atau tindakan menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima, melalui suatu medium yang biasanya mengalami gangguan.<sup>15</sup>

Dalam konsep komunikasi yang dikemukakan Harold Lasswell menggambarkan komunikasi secara sederhana yaitu, “siapa (Who), mengatakan apa (Says What), saluran apa (in What Channel), kepada siapa (to Whom), dengan pengaruh bagaimana (With What Effect)”.<sup>16</sup> Salah satu media penyebaran informasi adalah televisi, yang memberikan informasi berupa audio visual.

### 2.2.1. Tiktok

Tik Tok merupakan aplikasi sosial media yang menjadi budaya populer di Indonesia mulai awal tahun 2020 ini. Tik Tok sendiri dalam pelafalan bahasa cina di sebut Douyin yang merupakan aplikasi video musik yang pada awalnya digunakan untuk hiburan lipsync lagu oleh penggunanya, aplikasi ini dari berasal dari negeri Tiongkok yang diciptakan oleh ByteDance tahun 2016.<sup>17</sup> Pada tahun 2017 aplikasi Tik Tok mulai masuk ke Indonesia, namun pada saat itu aplikasi ini dianggap “norak” dan ditolak oleh masyarakat Indonesia dan pada puncaknya pada Juli 2018 dilakukan pemblokiran aplikasi TikTok di Indonesia oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika.

<sup>12</sup> Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta: UII Press, 2007), hlm. 25.

<sup>13</sup> Werner J Severin and James W Tankard, *Teori komunikasi: sejarah, metode dan terapan didalam media massa* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 12.

<sup>14</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik* (Depok: Rajawali Pers, 2018), hlm. 13.

<sup>15</sup> Muhamad Mufid, *Komunikasi & Regulasi Penyiaran* (Jakarta: Prenada Media, 2010), hlm. 2.

<sup>16</sup> Ansar Suherman, *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 7.

<sup>17</sup> Togi Prima Hasiholan, Pemanfaatan media sosial tik tok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan di indonesia untuk pencegahan corona covid-19

### 2.2.2. Internet

Internet merupakan singkatan dari *Interconnected* (saling berkaitan/terkoneksi), *Networking* (jaringan).<sup>18</sup> Sejarah internet dimulai dari proyek militer ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*) di Amerika Serikat saat perang dunia sekitar tahun 1960 dan terus berkembang hingga saat ini. Mulanya digunakan untuk militer, hingga berkembang menjadi beragam bentuk mulai untuk berkirim surel (email), mencari informasi, hingga bermain game.<sup>19</sup>

Internet berkembang pesat mempengaruhi segala aspek di kehidupan sehari-hari, mulai dari kebutuhan mencari informasi yang meningkat, mendapatkan hiburan, berniaga secara online, hingga mempengaruhi media konvensional untuk memperbarui medianya. Mulai dari media cetak membuat website untuk menampilkan pemberitaannya, radio dan televisi melakukan siaran secara streaming untuk mengikuti perkembangan teknologi informasi yang makin pesat. Teknologi media *streaming* telah mengalami perkembangan yang signifikan sejak tahun 1990. Kualitas konten *streaming* masih sangat bergantung pada kecepatan koneksi para penggunaanya *streaming* atau media streaming adalah suatu teknik pengiriman data sehingga data tersebut dapat diproses melalui aliran yang kuat dan terus menerus. Teknologi *streaming* menjadi semakin penting dengan pertumbuhan internet.<sup>20</sup>

### 2.2.3. Program Siaran

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau program yang berarti berita acara atau rencana. Program dalam penyiaran adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Siaran didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk.

Menurut UU No 32 tahun 2002 tentang penyiaran, siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau

<sup>18</sup> Edy Winarno, Ali Zaki, and SmitDev Community, *Panduan Lengkap Berinternet* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015), hlm. 1.

<sup>19</sup> Madcoms, *Menggenggam Dunia Dengan Internet*, hlm. 5.

<sup>20</sup> Hasyim Ali Imran, “Penggunaan Tv Streaming Di Kalangan Masyarakat Perkotaan (Streaming Tv Use Among Urban Communities),” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 20, no. 2 (Juli 2016): hlm. 124.



yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.

Jenis program dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu: program informasi (berita) dan program hiburan (*entertainment*). Program informasi kemudian dibagi menjadi dua jenis yaitu berita keras (*hardnews*) dan berita lunak (*softnews*).

1. Berita keras (*hardnews*) adalah segala informasi penting atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan. Berita keras dapat dibagi kedalam beberapa bentuk yaitu: *straight news*, *feature*, dan *infotainment*.

- a. *Straight news* berarti berita “langsung” maksudnya suatu berita yang singkat (tidak detail) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang mencakup 5W+1H terhadap suatu peristiwa yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat waktu penayangan.
- b. *Feature* adalah berita ringan namun menarik, menarik dalam artian informasi yang lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman. *Feature* ini tidak terikat dengan waktu penayangan, namun durasinya singkat (kurang dari lima menit) dan menjadi bagian dari program berita.
- c. *Infotainment*, kata “infotainment” berasal dari dua kata, yaitu *information* (informasi) dan *entertainment* (hiburan). Infotainment adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat yang harus segera ditayangkan.

2. Berita lunak (*softnews*) adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Program yang masuk ke dalam kategori berita lunak yaitu: *current affair*, *magazine*, dokumenter, dan *talk show*.

- a. *Current Affair* (persoalan kekinian) adalah program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya namun dibuat secara lengkap dan mendalam. Misalnya menyajikan kehidupan masyarakat setelah terkena bencana alam.
- b. *Magazine* adalah program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain *magazine* adalah *feature* dengan durasi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang lebih lama. *Magazine* lebih menekankan pada aspek menarik suatu informasi ketimbang aspek pentingnya.

- c. Dokumenter adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik. Misalnya program dokumenter tokoh-tokoh penting, menceritakan tempat, dan sebagainya.
- d. *Talk Show* adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh pembawa acara.
3. Program Hiburan, segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audien dalam bentuk musik, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan, dan pertunjukan.
  - a. Drama berasal dari kata yunani “*dran*” berarti bertindak atau berbuat. Program drama adalah pertunjukan yang menyajikan cerita mengenai kehidupan atau karakter seseorang atau beberapa tokoh yang diperankan oleh pemain yang melibatkan konflik dan emosi. Program televisi yang termasuk dalam program drama adalah sinema elektronik (sinetron) dan film.
  - b. Sinetron merupakan drama yang menyajikan cerita dari berbagai tokoh secara bersamaan. Masing-masing tokoh memiliki alur cerita mereka sendiri-sendiri tanpa harus dirangkum menjadi suatu kesimpulan. Akhir cerita sinetron cenderung selalu terbuka dan sering kali tanpa penyelesaian. Cerita cenderung dibuat panjang selama masih ada audien yang menyukainya.
  - c. Film, televisi sering menayangkan film sebagai salah jenis program yang masuk dalam kelompok drama. Biasanya film baru bisa ditayangkan di televisi setelah terlebih dahulu di tayangkan di bioskop atau setelah film tersebut didistribusikan dalam bentuk VCD (*Video Compact Disc*) atau DVD (*Digital Versatile Disc*), sehingga televisi menjadi media paling akhir yang dapat menayangkan film.
  - d. Permainan merupakan suatu bentuk program yang melibatkan sejumlah orang baik secara individu ataupun kelompok yang bersaing untuk mendapatkan sesuatu.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. *Reality Show* program yang menyajikan suatu situasi seperti konflik, persaingan atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya terdapat beberapa bentuk *reality show*, yaitu:

- Hidden camera* merupakan program yang paling realistis yang menunjukkan situasi yang dihadapi seseorang secara apa adanya.
- Competition show* program yang melibatkan beberapa orang yang saling bersaing dalam kompetisi yang berlangsung selama beberapa hari atau minggu untuk memenangkan kompetisi. Setiap peserta akan tersingkir satu persatu melalui pemungutan suara, pemenangnya adalah peserta yang bertahan.
- Fly on the wall* program yang memperlihatkan kehidupan sehari-hari dari seseorang mulai dari kegiatan pribadi hingga aktivitas profesinya.
- Mistik program yang terkait dengan hal-hal supranatural menyajikan tayangan yang terkait dengan dunia gaib.
- Musik program musik dapat ditampilkan dalam dua format, yaitu videoklip atau konser.
- Pertunjukan program yang menampilkan kemampuan seseorang atau beberapa orang pada suatu lokasi. Dapat dikatakan program pertunjukan adalah jenis program yang paling banyak diproduksi sendiri oleh stasiun televisi.<sup>21</sup>

#### 2.2.4. Proses Produksi

Produksi program berbicara mengenai bagaimana suatu program terbentuk, mulai dari perencanaan, pencarian ide-ide, budget, pencarian *talent*, eksekusi, bagaimana pengambilan gambarnya, bagaimana editingnya, hingga evaluasi. Semua itu dilalui dengan kerja tim, semakin bagus kekompakan tim semakin bagus juga program yang dihasilkan. Proses produksi dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu, pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Pra-produksi proses stasiun televisi menentukan membuat program siaran apa, pencarian ide, perencanaan lokasi dan pembiayaan, dan sebagainya. Produksi merupakan proses eksekusi dari hasil pra-produksi, setelah semua rampung mulai dari perencanaan, ide program, skrip, dan sebagainya. Hingga tahap pasca produksi, pada tahap ini

<sup>21</sup> Morissan, hlm. 218-227.



hasil dari produksi di selesaikan, seperti tahap editing audio dan video, evaluasi sampai penayangan. Akan tetapi tahap pascaproduksi bersifat untuk siaran tunda (*record*). Untuk siaran *live* stasiun televisi berhati-hati dikarenakan tidak adanya proses *editing* didalamnya.

Menurut Fred Wibowo dalam bukunya “Teknik Produksi Program Televisi”, tahapan produksi terdiri dari tiga bagian yang lazim disebut *standard operation procedure* (SOP) yaitu:

#### 1. Pra Produksi (perencanaan dan persiapan)

Tahap pra produksi meliputi tiga bagian, sebagai berikut:

##### a. Penemuan Ide

Tahap ini dimulai ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah mengembangkan gagasan menjadi naskah sesudah riset.

##### b. Perencanaan

Tahap ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, dan *crew*. Selain estimasi biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti.

##### c. Persiapan

Tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, perijinan, dan suratmenyurat. Latihan para artis dan pembuatan setting, meneliti, dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja (*time schedule*) yang sudah ditetapkan.<sup>22</sup>

Sumber Daya Manusia Saat Pelaksanaan Pra-produksi:

- 1) Produser, merupakan pimpinan tertinggi yang bertanggung jawab atas semua aktivitas pembuatan program.
- 2) Tim kreatif, bertugas untuk mencari ide-ide kreatif dalam eksekusi program.

<sup>22</sup> ohamad Afkar Sarvika and Ira Dwi Mayangsari, “Produksi Siaran Berita Televisi (studi Deskriptif Pada Proses Produksi Siaran Program Berita „ada Berita Petang“ Di Jak-tv),” *Proceedings of Management* 3, no. 2 (Agustus 1, 2016): hlm. 2264-2265.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- 3) *Script Writer*, bertugas untuk menulis narasi yang diperlukan, *script writer* berbeda dengan reporter. Umumnya *script writer* digunakan lebih untuk tulisan yang menitik beratkan pada kemahiran permainan kata.
- 4) Reporter, bertugas untuk mengumpulkan berbagai informasi yang dibutuhkan, baik melalui wawancara, investigasi atau berbagai sumber lainnya yang akan disampaikan ke pemirsa.
- 5) *Production Assistant*, bertugas untuk membantu segala kegiatan produksi mulai perencanaan hingga post-produksi.<sup>23</sup>

## 2. Produksi

Sesudah perencanaan dan persiapan selesai, pelaksanaan produksi dimulai. Sutradara bekerja sama dengan para artis dan *crew* mencoba mewujudkan apa yang direncanakan dalam kertas dan tulisan (*shooting script*) menjadi gambar, susunan gambar yang dapat bercerita. Selain sutradara, penata cahaya dan suara juga mengatur dan bekerja agar gambar dan suara bisa tayang dengan baik.<sup>24</sup> Sumber Daya Manusia Saat Pelaksanaan Produksi:

a. Sumber Daya Manusia Bagian *Master Control Room*(MCR):

- 1) Program *Director* (PD), bertugas terhadap teknis pelaksanaan dan melakukan pemilihan gambar dan suara sesuai rundown. Program *director* juga dapat mengoperasikan *switcher* untuk menghindari keterlambatan saat pemilihan gambar.
- 2) Switcherman, bertugas untuk mengoperasikan switch.
- 3) *Character generic* (CG-penata aksara), bertugas untuk menampilkan teks berupa informasi seperti nama presenter, narasumber dan informasi lainnya.
- 4) Audioman (penata suara), bertugas mengelola audio saat produksi, misal mengatur suara microphone.
- 5) Pengoperasi VTR, bertugas mengoperasikan VTR (*Video Tape Recorder*) selama proses pembuatan acara televisi. Pengoperasian

<sup>23</sup> Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Produksi Televisi* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 25-29.

<sup>24</sup> Sarvika and Mayangsari, "Produksi Siaran Berita Televisi (studi Deskriptif Pada Proses Produksi Siaran Program Berita „ada Berita Petang“ Di Jak-tv),” hlm. 2264.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

VTR bertugas untuk memutar kaset video sesuai rundown dan melakukan perekaman.

- 6) Pengoperasian virtual set, bertugas memunculkan latar belakang virtual yang sebelumnya telah dibuat oleh virtual set designer dan mengatur posisinya agar sesuai dengan blocking kamera.

b. Sumber Daya Manusia Bagian Studio:

- 1) *Floor director*, bertugas meneruskan instruksi program director dan mengatur segala sesuatu di ruang studio, seperti tepuk tangan dan lain sebagainya.
- 2) *Anchor* (presenter), bertugas membaawakan acara, mengali narasumber sesuai rundown.
- 3) *Camera person*, yang mengoperasikan kamera, mengambil gambar sesuai yang dibutuhkan.
- 4) *Lightningman* (penata cahaya), bertugas mengatur pencahayaan serta artistiknya.
- 5) *Makeup* (penata rias) bertugas, merias *talent* agar tampil lebih menarik atau menyesuaikan tema program.
- 6) *Wardrobe*, bertugas menyediakan pakaian dan aksesoris *talent* sesuai dengan program.

3. Pasca Produksi

Tahapan pasca produksi memiliki beberapa langkah, yaitu sebagai berikut:

- a. *Editing offline* Setelah proses meliput (*shooting*) dilakukan, penyusun naskah pria (*script boy*) atau penyusun naskah wanita (*script girl*) membuat logging, yaitu mencatat kembali semua hasil *shooting* berdasarkan catatan (*shooting list*) dan gambar pengambilan (*visual capture*). Di dalam *logging time code* (nomor kode yang berupa digit *frame*, detik, menit, dan jam yang dimunculkan dalam gambar) hasil pengambilan setiap liputan dicatat.
- b. *Editing online* Berdasarkan naskah yang akan disunting (*editing*), editor mengedit hasil *shooting* asli. Sambungan-sambungan setiap *shoot* dan *scene* dibuat tepat berdasarkan catatan *time-code* dalam naskah *editing*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- c. *Mixing* (pencampuran gambar dengan suara) Narasi yang sudah direkam dan ilustrasi musik yang juga sudah direkam dimasukkan ke dalam pita hasil dari *editing online* sesuai dengan petunjuk dalam naskah *editing*.<sup>41</sup>

Sumber Daya Manusia Saat Pelaksanaan Pascaproduksi:

- a. Sumber Daya Manusia Bagian Audio:
  - 1) Pengisi suara (*voice over*), bertugas membaca narasi dan sebagainya yang direkam untuk mengiringi gambar/*stockshoot*.
  - 2) *Music Scorer*, bertugas memilih musik atau instrument yang tepat untuk program televisi.
  - 3) Penata suara, bertugas menata suara dari pengisi suara dan musik, dapat juga memberikan efek suara.
- b. Sumber Daya Manusia Bagian Video:
  - 1) Desain grafis, bertugas memberi dekorasi, informasi teks dan sebagainya yang dibuat dengan bantuan komputer, misalnya animasi berita, cuaca dan lain sebagainya.
  - 2) Video editor, bertugas mengedit semua hasil produksi baik itu visual dan audio, akan tetapi untuk siaran langsung video editor tidak digunakan.<sup>25</sup>

### 2.3.Konsep Operasional

Umumnya proses produksi terbagi kedalam tiga tahapan yaitu, pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Yang mana setiap tahapan memiliki pekerjaan yang berbeda, seperti pada pra produksi ada proses penemuan ide, perencanaan, dan persiapan. Selanjutnya ditahap produksi eksekusi hasil dari proses pra produksi, dalam penelitian ini tidak terdapat pasca produksi dikarenakan program yang diteliti merupakan program *livestreaming*. Dimana pada proses inilah hasil akhir dari produksi *live streaming* tiktok Toko Mama Gigi di Rans Entertainment, para kru dituntut harus lebih teliti untuk meminimalisir kesalahan saat dilakukannya *live*. Indikator dalam proses produksi *live streaming* adalah:

<sup>25</sup> Fachruddin, *Dasar-Dasar Produksi Televisi*, hlm. 35-36.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1. Pra Produksi

### a. Penemuan ide

Pada tahapan ini dimulai saat seorang produser menemukan ide atau gagasan, lalu membuat riset dan menuliskan ide atau gagasan tersebut kedalam naskah atau meminta penulis naskah mengembangkan gagasan menjadi naskah sesudah riset.

### b. Perencanaan

Tahapan ini yang dilakukan seperti, penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, dan *crew*. Selain estimasi biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti.

### c. Persiapan

Tahapan ini meliputi kontrak kerja, perizinan, dan surat menyurat, latihan para artis, pembuatan setting, meneliti, dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini diselesaikan sesuai jangka waktu kerja (*time schedule*) yang sudah ditetapkan.

## 2. Produksi

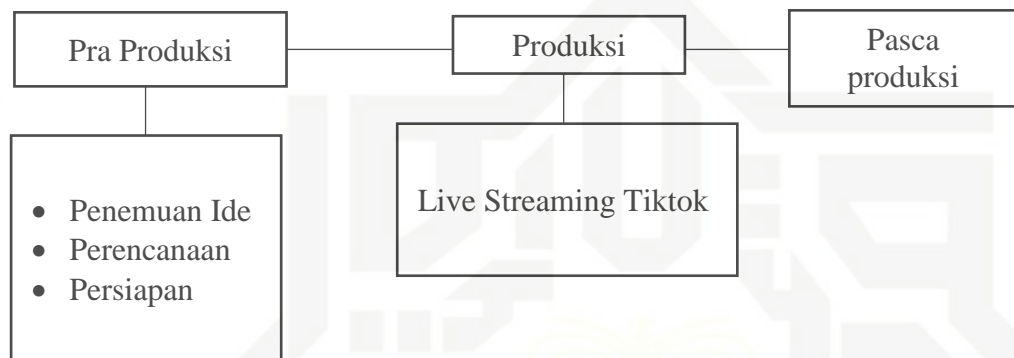
Sesudah perencanaan dan persiapan selesai, pelaksanaan produksi dimulai. Sutradara bekerja sama dengan para artis dan *crew* mencoba mewujudkan apa yang direncanakan dalam naskah (*shooting script*) menjadi gambar, susunan gambar yang dapat bercerita. Selain sutradara, kru lainnya seperti, penata cahaya dan suara juga mengatur dan bekerja agar gambar dan suara bisa tayang dengan baik.

## 3. Pascaproduksi

Setelah menyelesaikan siaran langsung, tahap pascaproduksi menjadi krusial untuk memastikan kualitas dan efektivitas konten yang dihasilkan. Pascaproduksi berkaitan dengan pengevaluasian setelah *live streaming* dilakukan,

## 2.4. Kerangka Pemikiran

Dalam konsep kerangka pemikiran penulis membuat semacam bagan untuk mudah dipahami dan sebagai bahan acuan dalam penelitian, dari kerangka pemikiranlah penulis mengumpulkan data-data yang diperlukan dan dapat menjelaskan tahapan-tahapan mengenai proses produksi *live streaming* pada akun tiktok @tokomamagigi.



**Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hex cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1.Desain Penelitian

Penelitian adalah sebuah proses kegiatan yang bertujuan untuk mengetahui sesuatu secara teliti, kritis dalam mencari fakta-fakta dengan menggunakan langkah-langkah tertentu. Keinginan untuk mengetahui sesuatu tersebut secara teliti, muncul karena adanya suatu masalah yang membutuhkan jawaban yang benar. Berbagai alasan yang menjadi sebab munculnya sebuah penelitian.<sup>26</sup>

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara menyeluruh terhadap suatu objek, hasil penelitian dijelaskan dalam bentuk kata-kata yang diperoleh melalui data valid. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah memahami fenomena atau gejala sosial yang terjadi. Penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan pemaparan berupa penggambaran yang jelas tentang fenomena atau gejala sosial tersebut.<sup>27</sup>

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variable, baik satu variable atau lebih. Sifat penelitian ini independen, tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variable yang lain.<sup>28</sup>

Menggunakan jenis penelitian kualitatif yang mana menggunakan pendekatan deskriptif, mendeskripsikan mengenai bagaimana proses produksi live streaming pada Tiktok akun @tokomamagigi di Rans Entertainment.

<sup>26</sup> Mohammad Mulyadi, "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya," Jurnal Studi Komunikasi dan Media 15, no. 1 (2013): hlm. 128, <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106.6>

<sup>27</sup> Made Laut Mertha Jaya, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif (Yogyakarta: Quadrant, 2020), hlm. 110.

<sup>28</sup> Jaya, hlm. 126.

### 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Rans Entertainment yang beralamat di Green Andara Residences Blok B3 No.19, Pangkalan Jati Baru, Cinere, Depok, Jawa Barat, Indonesia. Sedangkan untuk waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2024.

### 3.3. Sumber Data Penelitian

Data adalah segala keterangan mengenai segala hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian.<sup>29</sup> Data dalam penelitian ini terbagi dua yaitu, data primer dan data sekunder.

1. Data Primer Menurut Umi Narimawati data primer adalah “data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.<sup>30</sup> Penelitian ini mendapatkan data primer dari wawancara dan observasi.
2. Data Sekunder Menurut Sugiyono data sekunder ialah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>31</sup> contohnya seperti dari orang lain atau dokumen-dokumen. Data sekunder bersifat data yang mendukung keperluan data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen jurnal. Sumber data sekunder diharapkan dapat membantu penulis dalam memperkuat data-data dari data primer.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan oleh penulis dalam memperoleh data penelitian. Sumber data primer dan teknik

<sup>29</sup> Idrus, Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, hlm. 83.

<sup>30</sup> Nuning Indah Pratiwi, “Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi,” Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial 1, no. 2 (August 2017): hlm. 211.

<sup>31</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta, 2018, hlm. 456

pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang mana digunakan pada penelitian kualitatif.

### 1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah mengamati suatu kejadian atau peristiwa melalui pancaindra atau dengan memakai alat elektronik.<sup>32</sup> Observasi yang dilakukan penulis dengan mengamati langsung selama beberapa waktu sampai dianggap cukup data-data yang diteliti mengenai bagaimana proses produksi *live streaming* @tokomamagigi di Rans Entertainment, dengan demikian penulis bisa mendapatkan data-data apa saja yang dibutuhkan.

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada informan.<sup>33</sup> Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai empat informan, berdasarkan dari observasi penulis keempat informan ini mempunyai peran penting dalam produksi *live streaming* tiktok Toko Mama Gigi di Rans Entertainment yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Daftar Informan**

| No | Kode Informan | Jabatan                             |
|----|---------------|-------------------------------------|
| 1  | Informan 1    | Divisi Business Development Manager |
| 2  | Informan 2    | Divisi Produser                     |
| 3  | Informan 3    | Divisi Creative                     |
| 4  | Informan 4    | Divisi Live Streaming               |

### 3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insani. Sumber ini terdiri dari dokumen dan rekaman.<sup>34</sup> Dalam penelitian kualitatif peran dokumentasi sangat besar, data dari dokumentasi berguna untuk membantu menampilkan kembali beberapa data yang mungkin belum

<sup>32</sup> Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan Dan Keagamaan* (Bali: Nilacakra, 2018), hlm. 65.

<sup>33</sup> Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, hlm. 153.

<sup>34</sup> Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan Dan Keagamaan*, hlm. 65.



dapat diperoleh. beberapa catatan tertulis dan gambar diperlukan untuk membantu dalam menganalisis data penelitian. sebagian besar data audio visual berupa gambar harus dikelola agar bermanfaat bagi penulis lanjutan. data yang berupa dokumentasi berguna dalam mengecek kebenaran kembali agar lebih memudahkan deskripsi.<sup>35</sup> Pada tahapan pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi ini, penulis mendokumentasikan, bagaimana setingan studio untuk melakukan produksi *live streaming* tiktok Toko Mama Gigi di Rans Entertainment dan alat-alat apa saja yang mereka gunakan.

### 3.5. Validitas Data

Untuk menjamin validitas data dalam penelitian digunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data. Dalam penelitian ini, validitas data menggunakan triangulasi sumber yang berarti dalam penelitian ini membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh.<sup>36</sup>

Triangulasi menggunakan tiga macam cara dalam pengecekan data, yaitu sumber, teknik, dan waktu.

#### 1. Triangulasi Sumber

Menurut Patton bahwa “Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.”<sup>37</sup>

#### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi ini menguji kredibilitas dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, maka penulis melakukan diskusi untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar karena dari sudut pandang yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, kemudian dicek dengan observasi atau

<sup>35</sup> Subandi, “Deskripsi Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan,” *Harmonia* 11, no. 2 (December 2011): hlm. 177.

<sup>36</sup> Subandi, “Deskripsi Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan,” *Harmonia* 11, no. 2 (December 2011): hlm. 177.

<sup>37</sup> Pratiwi, “Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi,” hlm. 213.

dokumentasi, teknik ini memastikan untuk mendapatkan data yang dianggap benar.

### 3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data triangulasi waktu menguji kredibilitas dengan cara melakukan pengecekan dengan observasi, wawancara, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai menemukan kepastian data.<sup>38</sup> Dari ketiga macam triangulasi, penulis menggunakan triangulasi sumber, yang mana triangulasi sumber membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.

### 3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif model interaktif dari Miles and Huberman dapat dilihat di bawah ini:

1. Pengumpulan data (*data collection*) dilakukan dengan: wawancara, observasi, pencatatan dokumen dan lain-lainnya dengan cermat melalui prosedur ilmiah. Alat pengumpulan data memenuhi syarat: validitas, reliabilitas, kredibilitas, obyektivitas dan sebagainya.
2. Pengurangan data (*data reduction*) adalah: merangkum, memilih halhal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya, dan membuang yang tidak perlu.
3. Penyajian data (*data display*) adalah penyajian data ke dalam pola, yang dapat berupa: tabel, grafik, uraian naratif, matrik, jaringan kerja (network), bagan (chart), dan sebagainya.
4. Kesimpulan dan verifikasi (*conclusion and verification*) adalah kesimpulan awal yang sifatnya sementara dan dapat berubah, apabila bukti temuannya berubah. Tapi apabila sebaliknya, temuan awalnya valid dan konsisten maka temuannya dapat dikatakan kredibel. Dari kesimpulan yang didapat

---

<sup>38</sup> Ibid

diverifikasi oleh temuan berikutnya sehingga kesimpulan yang diperoleh dapat berupa diskripsi, gambaran tentang suatu obyek yang tadinya remang-remang atau belum jelas menjadi jelas.<sup>39</sup>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>39</sup> Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan Dan Keagamaan*, hlm. 75-76.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

subjek dan objek dalam penelitian yaitu RANS Kekinian Indonesia (RAKI) atau Toko Mama Gigi dan subjek penelitian produser, host, dan *head of business development* dari Toko Mama Gigi. Penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara mengenai strategi komunikasi pemasaran *live shopping* Toko Mama Gigi dalam meningkatkan daya tarik konsumen dan pengalaman berbelanja di era digital di Toko Mama Gigi disertai dengan observasi. Bentuk observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan menonton dan juga melihat langsung siaran *live streaming*.

#### 4.1. Sejarah Toko Mama Gigi

PT RANS Kekinian Indonesia (RAKI) merupakan perusahaan dibawah naungan PT RNR Film Internasional Indonesia (RANS Entertainment). Dengan mengusung nama “KEKINIAN” RAKI sendiri fokus untuk mengembangkan merek dalam departemen bisnis perdagangan yang sedang tren saat ini yakni di platform E-Commerce. PT RAKI didirikan pada tahun 2021 oleh Nagita Slavina selaku CEO dari RANS Entertainment. Merilis dengan nama “Toko Mama Gigi” sebagai IP utama kami dan koneksi kami dengan artis, selebriti, ataupun KOL di Indonesia.



Gambar 4.1 Logo RANS Kekinian Indonesia

Sumber : Google.com, 2024

Dengan mengusung nama “Kekinian” memiliki arti bahwa RANS selalu paling *update* dan mengikuti perkembangan tren bisnis yang ada saat ini yaitu *e-commerce*. PT RANS Kekinian Indonesia menyediakan 3 (tiga) layanan yakni produksi *live streaming* Toko Mama Gigi, *production house (agency)* untuk melayani *live streaming brand*, dan *talent provider*. Yang pertama, Toko Mama Gigi sebagai IP utama dari RAKI telah berhasil mengembangkan dan bekerja sama dengan lebih dari 50 *brand*, seperti Make Over, Skintific, Sleek, Han River,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mac Bear, dan lainnya. Sebagai hasilnya, brand memiliki keuntungan dalam segi *engagement* audiens, *exposure brand* di platform e-commerce, dan juga hasil dari penjualan itu sendiri. Dari keuntungan tersebut, brand melakukan kerja sama untuk jangka panjang berkat kepuasan dari segi konten/script dan hasil yang mereka dapatkan.



Gambar 4.2 Logo Toko Mama Gigi

Sumber : Google.com, 2024

RAKI sebagai *production house* (agency) menyediakan layanan dalam memproduksi konten berbentuk audio visual yaitu *live streaming* di semua platform E-Commerce (TikTok, Shopee, Tokopedia, Lazada, dan BliBli) dan Sosial Media (Instagram dan YouTube). Saat ini perusahaan/brand yang bekerja sama dengan *agency* RAKI adalah Samsung Indonesia. Samsung sudah memiliki kontrak dengan RAKI selama 1 (satu) tahun sejak tahun 2022. RAKI berharap agar perusahaan selalu maju dan memberikan hasil yang maksimal dalam setiap kerja sama untuk menjadikan *Top Brand* perusahaan yang bergerak di bidang *live streaming* di Indonesia.

Kemudian RAKI sebagai *talent provider* yaitu menyediakan *professional talent* khusus *host live streaming*. RAKI memiliki koneksi yang luas dan banyak terdapat artis papan atas dan selebriti yang sudah top, hal ini juga merupakan keuntungan RAKI berada di dalam naungan RANS Entertainment dan Nagita Slavina. Selain itu, setiap brand yang membutuhkan host maka RAKI akan menawarkan list dan apa saja yang bisa didapatkan untuk *brand* tersebut.

#### 4.2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah satu orang produser dan satu orang *host live streaming* tergabung di dalam Toko Mama Gigi. Subjek yang dipilih juga merupakan *host live* yang sebelumnya sudah memiliki pengalaman



untuk menjadi *host* dalam kurun waktu kurang lebih 1 tahun. Selain itu, penulis juga mengangkat satu informan ahli untuk mendukung dan memvalidasi data-data yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dengan informan. Berikut merupakan profil singkat keempat narasumber yang terlibat di dalam penelitian ini, yaitu Thalita dan Sarah Dwi.

#### a. Citra Hapsari

Citra Hapsari atau yang akrab disapa Citra lahir di Jakarta pada 18 Juni 1991. Citra memiliki profesi sebagai *head of business development* di PT RANS Kekinian Indonesia (Toko Mama Gigi). Citra telah menjalani karirnya sebagai *Account Manager* selama 5 (lima) tahun. Sebelum bekerja di Toko Mama Gigi, Citra bekerja di *Creative & Media Agency* yang tentu *expert* dengan semua jenis media pemasaran yang menyesuaikan komunikasi objektif *client*, salah satunya *live streaming*. Kemudian, salah satu pencapaiannya yakni menjaga nilai perusahaan senilai 1 miliar untuk bertahan dalam situasi pandemi Covid-19.

#### b. Thalita Zafirah

Thalita Zafirah atau yang akrab dipanggil Thalita, merupakan seorang perempuan yang lahir pada 22 Juni 2001. Thalita merupakan produser *live streaming* Toko Mama Gigi yang baru bergabung pada Oktober 2023. Sebelum bergabung di RANS Kekinian Indonesia, Thalita bekerja sebagai *marketing* dan *social media specialist* di perusahaan RASA. Thalita sebelumnya sudah familiar dengan dunia *live streaming* karena ia sudah pernah terjun langsung sebagai *host live streaming* selama 6 bulan. Penulis memilih Thalita sebagai narasumber karena ia sudah cukup berpengalaman di bidang *live shopping* dan ia yang terjun langsung ke dalam strategi komunikasi pemasaran Toko Mama Gigi sehingga penulis bisa mendapatkan informasi yang akurat untuk mendukung penelitian ini.

#### c. Jessica Ruth Lapihan

Jessica Lapihan atau yang akrab dipanggil Jessica lahir pada 8 Maret 2002. Saat ini Jessica merupakan Creative Production Live E-Commerce Toko Mama Gigi dan telah bergabung dari Januari 2023. Sebelum bergabung di Toko Mama Gigi Jessica, Jessica juga pernah bekerja di Event Coordinator sebagai

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Manage to create the whole concept for Opening & Closing. Ia juga pernah bekerja Create content for company marketing including video, photos, and caption posts for use on Instagram. Selain dari pekerjaan tersebut, Jessica juga pernah bekerja di Bakery Owner Selma tahun 2020 hingga 2021 sebagai Create logo and company Name.. Dengan pengalaman yang dimiliki Jessica, maka penulis berharap Jessica bisa memberikan informasi terkait Proses Produksi Live Streaming Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment sehingga dapat meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen di era digital.

#### d. Dhika Alfara

Dhika Alfara atau yang akrab dipanggil Dhika lahir pada 13 Agustus 1998. Saat ini Dhika merupakan live stream operator Toko Mama Gigi dan telah bergabung dari Maret 2022. Dhika juga pernah berprofesi sebagai video Director dan videographer di Protals Escape Room sejak tahun 2021 hingga 2022. Selain itu Dhika juga pernah bekerja sebagai Marketing Intern Project (Livestream) selama dua tahun yaitu dari tahun 2020 hingga 2021, ia juga pernah menjadi Camera Person di IMTV (Indonesia Musik Televisi) pada tahun 2016. Dengan pengalaman yang dimiliki Dhika, maka penulis berharap Dhika bisa memberikan informasi terkait Proses Produksi Live Streaming Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment



## BAB VI PENUTUP

### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tahapan proses produksi *live streaming* Tiktok Toko Mama Gigi di Rans Entertainment terbagi tiga, yaitu pra-produksi, produksi dan pasca produksi. Pada tahapan pra-produksi, terdapat tiga bagian, yakni penemuan ide, perencanaan, dan persiapan. Ide *live streaming* Tiktok Toko Mama Gigi didasari dari semakin berkembangnya bisnis perdagangan di platform E-Commerce yang memanfaatkan popularitas dan jaringan dari Rans Entertainment yang selanjutnya dirancang untuk berjalan secara reguler setiap hari dengan mempersiapkan set dan tema, membuat materi promosi seperti poster dengan bantuan tim desain grafis, menyiapkan produk yang akan dijual, termasuk proses negosiasi, pengiriman sampel, hingga review produk, demo produk, mengatur kebutuhan wardrobe dan properti pendukung lainnya termasuk strategi affiliate dengan link yang dinegosiasikan untuk mendukung penjualan.

Proses produksi *live streaming* TikTok Toko Mama Gigi di Rans Entertainment telah mempersiapkan banyak hal dalam mendukung keberhasilan proses produksinya, mula dari produk yang akan dijual, konsep yang akan dikemas dalam *live streaming*nya termasuk persiapan teknisnya yang didukung oleh kolaborasi tim. Pelaksanaan *live streaming* TikTok di Toko Mama Gigi di Rans Entertainment mempunyai durasi *Live streaming* berlangsung 12-16 jam per hari dengan pembagian waktu berdasarkan host yang bertugas pada jam tertentu dengan program khusus dengan brand tertentu, durasi lebih singkat, sekitar 1-2 jam. Terdapat empat divisi yang berperan penting dalam memastikan kelancaran acara dalam produksi *live streaming*, yaitu produser, tim Live Sytem Operation (LSO), Tim Kreatif dan Account Manager.

Pada tahap pasca produksi dilakukan evaluasi. Evaluasi setelah *live streaming* dilakukan secara menyeluruh dengan tujuan untuk mengevaluasi keseluruhan performa dari sesi tersebut. Langkah pertama adalah melihat total penjualan dan membandingkannya dengan sesi sebelumnya untuk menentukan

apakah ada peningkatan atau penurunan. Selanjutnya, evaluasi dilakukan terhadap berbagai aspek yang mempengaruhi hasil live streaming, seperti aspek teknis (kualitas gambar dan suara) dan visual (pencahayaan dan set)

## 6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis ingin memberikan beberapa saran, diantaranya sebagai berikut:

1. Saran untuk diri penulis sendiri adalah diharapkan untuk dapat mengelola waktu dengan bijaksana dan disiplin agar dapat menyelesaikan setiap tahapan skripsi dengan tepat waktu.
2. Disarankan kepada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, terutama Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, untuk mempertimbangkan penelitian ini sebagai panduan dalam penelitian selanjutnya, khususnya pada ilmu komunikasi, sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga.
3. Kepada peneliti berikutnya diharapkan untuk melakukan penelitian tambahan dan meluaskan cakupan permasalahan yang belum terungkap dalam penelitian ini, terutama yang terfokus pada Proses Produksi *Live streaming*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Eva. *Broadcasting to Be Broadcaster*. Yogyakarta, Indonesia: Graha Ilmu, 2010.
- Arifin, Hasnul. *Teknik Menonton TV dan Mendownload Film, Musik, Game dan Ringtone dari Internet*. Jakarta: Penerbit Mediakom, 2008.
- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik*. Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Djamal, Hidajanto, and Andi Fachruddin. *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi: Edisi 2*. Jakarta: Prenada Media, 2017.
- Fachruddin, Andi. *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Herwibowo, Yudhi. *You Tube*. Jakarta: Bentang Pustaka, 2008.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Yogyakarta: UII Press, 2007.
- Imran, Hasyim Ali. "Penggunaan Tv Streaming Di Kalangan Masyarakat Perkotaan (Streaming Tv Use Among Urban Communities)." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 20, no. 2 (Juli 2016).
- Jaya, Brillianto K. *Kuliah Jurusan Apa? Jurusan Broadcasting*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016.
- Jaya, I Made Laut Mertha. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant, 2020.
- Madcoms. *Menggenggam Dunia Dengan Internet*. Yogyakarta: C.V Andi Offset & MADCOMS, 2010.
- Mulyadi, Mohammad. "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 15, no. 1 (Agustus 26, 2013).
- Morissan. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Morissan. *Manajemen media penyiaran: strategi mengelola radio dan televisi*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Mufid, Muhamad. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media, 2010.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Ponta, Tasri. "Migrasi Ke Televisi Digital (DTV) Dan Prospek Pengembangannya." *JETC* 5, no. 1 (2010).

Pratiwi, Nuning Indah. "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 1, no. 2 (Agustus 2017).

Sardju, Achmad Prajudin. "Implementasi IPTV (Internet Protocol Television) Berbasis Web Pada Jaringan Wireless." *PROtek : Jurnal Ilmiah Teknik Elektro* 3, no. 2 (September 30, 2016).

Sarvika, Mohamad Afkar, and Ira Dwi Mayangsari. "Produksi Siaran Berita Televisi (studi Deskriptif Pada Proses Produksi Siaran Program Berita „ada Berita Petang“ Di Jak-tv)." *eProceedings of Management* 3, no. 2 (Agustus 1, 2016).

Subandi. "Deskripsi Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan." *Harmonia* 11, no. 2 (Desember 2011).

Suherman, Ansar. *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Deepublish, 2020.

Wibisono, Gunawan. "Media Baru dan Nasionalisme Anak Muda: Pengaruh Penggunaan Media Sosial „Good News From Indonesia“ Terhadap Perilaku Nasionalisme." *Jurnal Studi Pemuda* 6, no. 2 (Februari 21, 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



## Lampiran 1. Pedoman wawancara

### PEDOMAN WAWANCARA

Nama Informan :  
 Jenis Kelamin :  
 Umur :  
 Jabatan :  
 Tempat :  
 Waktu :

#### 1. Pra Produksi

##### a. Penemuan Ide

- Bagaimana sejarah terbentuk dan berkembangnya ide *Live Streaming* Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment?
- Apa yang menjadi tujuan dari program *Live Streaming* Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment?

##### b. Perencanaan ide

- Apa saja yang mesti direncanakan dalam ide *Live Streaming* Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment?
- Apa saja kendala dalam penentuan ide *Live Streaming* Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment?

##### c. Persiapan

- Apa saja yang perlu dipersiapkan dalam *Live Streaming* Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment?
- Siapa yang bertanggung jawab terhadap persiapan atau dalam kegiatan pra produksi tersebut?

#### 2. Produksi

Seperti apa kegiatan yang dilakukan pada saat produksi *Live Streaming* Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment?  
 Berapa lama atau adakah segmen tertentu pada saat ide *Live Streaming* Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment?  
 Siapa-siapa yang bertanggung jawab terhadap berlangsungnya *Live Streaming* Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment?

#### 3. Pasca Produksi

Apa saja evaluasi yang dilakukan setiap selesai melakukan *Live Streaming* Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment?  
 Apakah proses evaluasi perlu dilakukan setelah *Live Streaming* Tiktok Toko Mama Gigi Di Rans Entertainment?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Lampiran 2. Transkrip Hasil Wawancara

### Transkrip Wawancara Informan 1

- Alfi : Oke 3,2,1 kita mulai pertanyaan, oke pedoman wawancara . nama informan sekarang?
- citra : Citra Lestari.
- Alfi : jenis kelamin?
- citra : perempuan.
- Alfi : umur?
- citra : 33 tahun.
- Alfi : jabatan?
- citra : Business Development Manager.
- Alfi : Oke. Tempat bekerja dimana?
- citra : Di RANS Office di BSD
- Alfi : Oke BSD tepatnya di Tangerang ya?
- Citra : Iyaa, betul
- Alfi : Okeeee. Sekarang waktunya itu dalam pertanyaan kita lebih kurang dijam 20:56 tgl 26 november hari selasa ya mbak , okee pertanyaan pertama ya ini, pra produksi trus poinnya tu di perencanaan ide, pertanyaannya, apa saja yang mesti direncanakan dalam ide live strimming?
- Citra : Dalam program live strimming?
- Alfi : oh ya sory-sory, maaf-maaf kita ralat lagi, pertanyaannya yang pertama itu di pra produksi di poin A penemuan ide, trus apa yang menjadi tujuan dari program *live strimming* tik tok di tokoh mama gigi di faimans menurut mbak citra?
- Citra : Oke, kalau untuk tujuan, pastinya kita mau mencoba untuk membantu dari klain gitu ya, mulai dari klain atau memang dari klain memang dari *entertainment* dengan aset yang mereka punya itukan salah satu dari Mami Nagita gitu ya, nah tapi bagaimana caranya di brand kolaborasi itu tidak terbatas hanya dari *endorsment* saja tapi juga bisa convert gitu ya, ke penjualan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hascipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

makanya untuk tokoh Mama Gigi sendiri itu salah satu bisnis unik dari itu adalah tujuan dari membantu dari *brand* atau bisa melakukan penjualan prodaknya di akun khusus yaitu akun tokoh mama gigi yang masih ada hubungannya dengan Rafih Ahmad ataupun Nagita.

: Okeh. Neh poin B ya, okeh kita masuk ke pertanyaan di poin B di perencanaan ide, apa saja yang mesti direncanakan dalam ide perencanaan *live strimming* ini di toko mama gigi di entertainmen?

: Okeh, klo untuk secara desain sendiri secara kita harus mengikutinya juga dari platform gitu ya dari permainan karena Toko Mama Gigi itu kan salah satu dari kita fokusnya di platform akun tiktok gitu kan, jadi kita harus untuk perencanaan ide kita harus buktinya kita harus mengikuti dari platform itu bagaimana cara bermainnya itu kita harus perhatikan, tapi yang kedua kita juga harus memikirkan baik bagaimana konten yang kita sajikan itu memang bisa kembali ke objektif atau tujuan kita yaitu bisa membantu klain atau terjadinya pembelian jadi itu memang dua poin itu memang harus diingat dan dilakukan gitu ya, ibaratnya mengkawinkan konten gimana caranya bisa terdapat after terjadi penjualan dan juga permainan platform itu seperti apa atau secara kontennya harus bagaimana memang selama ini bisa dapat konten-konten yang untuk jadi FYP kalau di tik tok kan ada FYP yang memang bisa mendapatkan penjualan yang baik itu biasanya konten-konten yang seperti apa, nah itu baru kita gabungkanlah untuk menjadi salah satu ide *live strimming* kita.

: Oke, bagaimana mbak kita lanjut langsung ya? Oke masih dipertanyaan poin B ya itu masih perencanaan ide, dan pertanyaannya, apa saja kendala dalam penentuan perencanaan ide di *live strimming* di tik tok mama gigi ini di lasentertaimen?

: Untuk kendalanya biasanya dari kita yang kita suka kita lalu itu adalah brik dari klain yang memang kadang tidak sesuai dengan cara kita bermain untuk menyesuaikan gitu kayak dari sisi

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*entertainment* gitu ya karena memang untuk menggabungkan entertain dengan *brief* yang memang terlalu lebih berarti untuk highlight sebuah produk gitu ya itu kan memang suatu challenge yang gimana nih caranya kita bisa membalut eee poin-poin keunggulan produk tersebut bisa tersampaikan dengan cara entertain nah itu yang mungkin kendala yang biasa sering kita sukanya ya mungkin cukup cukup banyak kita lalui gitu ya karena secara eee konten yang kita anggap ini sepertinya bisa nih menaikkan *engagement* dan juga bisa ke conversation juga tapi dari sisi brand mungkin merasa ini terlalu entertain Dan juga mungkin kurang nih untuk penyajian informasi terkait keunggulan produknya oke.

: Oke lanjut kak Oke masih di pertanyaan pra produksi tapi di poin C sekarang yaitu persiapan pertanyaannya apa saja yang perlu dipersiapkan dalam live streaming tik tok toko Mama gigi di rans centerentertainment

: Oke untuk persiapan untuk live streaming itu elemen yang paling penting itu adalah host gitu ya jadi untuk pertama pastinya kita akan brief dulu untuk host-nya itu pasti harus mengenal produk yang akan dibawakan dengan baik gitu ya Lalu setelah itu selain dari host itu juga masalah teknis itu juga pasti akan penting ya mungkin setiap pengecekan internet dan juga secara kamera nih lux lux secara set set di es krimnya akan seperti apa gitu ya jadi pasti paling penting adalah dua itu kalau Selain itu karena live streaming itu kita harus eh Memang mengikuti permainan tadi ya yaitu adalah eee mau melihat secara harga gitu ya memang dari audios di tiktok itu kan adalah audience audience yang mempunyai info yang menjadi impulsif bayar yang tadinya mau nonton konten tapi gimana caranya mereka bisa berpikir untuk membeli produk dan bahkan langsung check out gitu nah itu yang harus kita pikirkan juga berarti salah satunya adalah harga yang harus kita perhatikan secara eee secara persiapan gitu ya jadi tadi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Alfi

Citra

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Alfi

Citra

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk host eee secara resep gitu tuh sudah termasuk dalam kualitas gambar kualitas internet gitu ya suaranya harus clear gitu dan yang ketiga itu adalah secara eee promotion-nya promotion-nya itu juga harus mendapatkan promosi terbaik agar penonton yang menonton yang datang ke live stream itu mau untuk membeli dan eee dalam waktu yang sebenarnya dia tidak tidak tidak ada niat untuk membeli gitu Jadi tadi cuma Apa yang membuat orang itu impulsis lah gitu pada saat pembelian produk ini tik tok live

: oke sekarang masih di Point C yaitu persiapan Siapa yang bertanggung jawab terhadap persiapan atau dalam kegiatan pra produksi tersebut

: Untuk para produksi pastinya Itu harus dari tim live streaming biasanya ada produser dan juga ada kreatif juga gitu ya untuk produser yang kreatif itu memang harus menjaga dari kreatif tadi secara konten dan produsen juga dia Harus tahulah gitu detail random gitu ya Dan apa nih promo-promo yang harus harus ada dalam sensalisasi tersebut begitu nah Selain itu ada juga untuk tim teknisnya untuk eee secara tim live streaming operation-nya itu juga harus mempersiapkan ee secara ee resep dan juga kamera ee dan EE tadi memastikan kualitas suara dan kualitas gambar itu baik Jadi kalau memang yang memegang peran penting itu ada tiga itu yang pertama adalah eee dari live stream Operation habis itu dari produser dan juga dari kreatif tim

: oke sekarang lanjut mbak, di poin kedua produksi dan poin pertamanya yaitu Seperti apa kegiatan yang dilakukan pada saat produksi live streaming tik tok toko Mama gigi di rans Entertainment

: Pastinya kita menjual produk itu sudah pasti gitu ya tapi di luar itu pun kita juga harus ada semacam gimmick gitu ya kayak misalkan eee tadinya nih misalkan produk a dengan harga yang harga sekian misalnya harga Rp100.000 lah sebut aja tapi ada satu



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Alfi

momen di mana pada pada saat penontonnya mungkin lagi turun gitu atau engagement-nya lagi sedikit Nah itu gimana caranya kita bisa menaikkan eee kenaikan investment dan juga eee conversation-nya melalui eee tadi ada gimik-gemik misalkan dari harga Rp100.000 Jadi cuma Rp50.000 gitu ya diskon 50% Nah itu biasanya salah satunya seperti itu dan supaya lebih sulit juga kadang kita suka nih ada kegiatan eee bikin yel-yel gitu Ya bikin yel-yel untuk eee menambah keseruan dari live streaming tersebut selain itu kita juga biasa eee akan ada eee kayak tarikan engagement misalkan kayak kita membaca komen ataupun juga eee minta untuk ada semacam challenge misalkan komen komen mau dulu sampai 100 kali baru deh nanti akan kita spell nih barang apa yang mau kita jual Misalkan seperti itu Jadi kurang lebih eee untuk secara overall kegiatannya hal-hal yang tadi aku mention yang harus dilakukan

Citra

: Oke eee sekarang kita lanjut di nomor 2 yaitu Berapa lama atau Adakah segmen tertentu pada saat ini live streaming Tik Tok mama Gigi di ran entertainment-nya atau sesinya?

Alfi

: kita itu rata-rata minimum banget oke nah untuk sesi sebenarnya kalau dari rans sendiri kita itu rata-rata minimum banget satu sesinya itu di 5 jam dan itu itu nonstop, minimum sekali tapi yang sekarang terjadi memang kita itu udah setiap hari di 16 jam itu yang memang sudah cukup cukup Ideal lah gitu untuk secara durasinya.

Citra

: Masih di poin kedua yaitu produksi dan pertanyaan poin ketiganya itu siapa-siapa yang bertanggung jawab terhadap berlangsungnya live streaming tik tok toko mama Gigi Rans Entertainment

: Sebenarnya tadi sudah *mention* ya, pastinya ada produser, live system operation habis itu udah kreatif juga, tapi di luar itu biasanya kita juga memang ada eee tambahan dari tim mungkin account gitu ya memang akan berkolaborasi juga lah gitu atau





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alfi

Citra

Alfi

*account manager* lah yang memang berkolaborasi juga dengan *seller* atau *brand* gitu, untuk eee misalkan kalau pada saat iya kita mau ada mau ada sesi gitu ya dengan *brand* tersebut kan pasti harus eee mengambil informasi dari *brand* tersebut dan untuk menyelaraskan secara informasi juga ke eh tim internal atau tim produksi gitu jadi salah satu yang berperan penting juga dari tim *account manager*.

: Oke nah sekarang kita masuk di poin ketiga yaitu 3 yang terbesar maksudnya yang di *highlight* yang ketiga yaitu pasca produksi apa saja pertanyaan pertamanya apa saja evaluasi yang dilakukan setiap selesai melakukan *live streaming*?

: *Entertainment* itu secara dashboard atau matriknya itu cukup lengkap jadi kita akan tarik semua datanya gitu ya kita akan lihat bagaimana pada saat dalam berapa menit gitu ya kita *review* produk tersebut apa yang terjadi nih gitu Apakah itu bagus secara konvensionya tapi ada juga beberapa case Terkadang yang kita evaluasi adalah secara klik dari produknya itu terlihat baik gitu ya tapi sampai di fase *check out* itu ternyata lumayan *drop* gitu nah itu yang mungkin harus kita evaluasi lebih lanjut kenapa produk ini secara klik kliknya itu baik berarti kan kalau kliknya itu bagus kan tandanya sebenarnya orang itu punya ketertarikan terhadap produk tersebut gitu tapi kenapa tidak terjadi penjualan itu yang harus kita evaluasi. Mungkin gitu ya, kalau kita ngomongin hipotesa apakah secara harganya masih kurang. Oke atau kah ternyata tidak gratis ongkir gitu ya atau yang ketiga mungkin bisa juga ee Iya kalah aja nih pas mungkin dicek gitu ya dengan transform lain ternyata ada harga yang lebih baik lagi gitu di luar dari sesi kita bisa juga seperti itu.

: Oke sekarang di poin terbesar dari pasca produksi yang pertanyaan keduanya Apakah proses evaluasi pada Apakah proses evaluasi perlu dilakukan setelah *live streaming* tiktok toko mama Gigi dirang centertainment



Citra

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alfi

Citra

Alfi

: Pasti harus harus banget gitu karena itu memang untuk kita untuk dineksasinya itu di Sesi selanjutnya pasti kita akan River dari sesi yang sebelumnya nah Besok kalau di rans Entertainment itu untuk pembagian evaluasi itu kita bagi menjadi kurang lebih ada dua yang pertama adalah reguler sesi reguler itu adalah sesi di luar yang memang hari-hari itu di mana Itu Memang pic contohnya adalah hari yang sesi yang pede gitu memang pada saat orang gajian dan juga yang mungkin sudah terkenal dari platform gitu yang memang digadang-gadangkan adalah sesi double date gitu yang kayak misalkan 10-10 11-11 12-12 gitu jadi memang biasanya kita berbagi nih di luar dari sesi PD ataupun sesi double date ada sesi reguler juga yang memang sebenarnya secara hari itu bukan hari yang eee kayak bagus gitu ya mungkin yang buying power-nya Sebenarnya bukan yang sedang tinggi-tingginya tapi kira-kira gimana nih kompak komparasinya lah gitu dan itu di compare adalah sesama reguler ya Misalnya reguler bulan ini di compare dengan bulan depan ataupun juga dengan sesi PD atau double dan di bulan ini di kota dengan bulan depan atau bulan sebelumnya.

: Oke nah untuk sesi pertanyaannya sudah selesai semua dan terima kasih untuk membuat Citra Hapsari yang tadi jabatannya sebagai apa Mbak tadi kurang jelas

: Senior bisnis development Manager

: Oke Cukup sekian terima kasih ya.

UIN SUSKA RIAU



## Transkrip Wawancara Informan 2

Alfi : Nama informan

Thalita: Thalita

Alfi : Jenis kelamin

Thalita: Perempuan

Alfi : Umur

Thalita: 23 tahun

Alif : Jabatan

Thalita: Junior content produsen

Alfi : Waktu kita interview di hari Selasa tanggal 26 November 2024

Alfi : oke masuk ke pertanyaan pertama yaitu poin pertama poin besarnya pra produksi terus di pertanyaannya apa yang menjadi tujuan dari program live streaming tik tok toko Momo gigi ran centertainment

Thalita: Oke kalau misalkan untuk live streaming tiktok lagi sendiri kan sebenarnya itu tuh dibagi dua ya ada organik sama ada yang brand eksplosif juga Nah mungkin kalau misalkan dari organik sebenarnya tujuan utamanya adalah kita membantu UMKM sebagai kekinian gitu ya dengan punya aset juga dari Raffi Nagita gitu ya kita membantu UMKM UMKM seller Tik Tok untuk bisa mengembangkan usahanya dengan cara affiliator di toko mama gigi atau orang kekinian Indonesia Nah kalau brand eksklusif juga sama sebenarnya kita membantu juga dari segi brand-brand atau seller seller gitu ya yang memang membutuhkan nih weariness dari rafi nagita tapi membutuhkan juga conversion dari segi self atau penjualannya Nah kita bantu juga nih melalui live streaming dari rafi Jadi mungkin kita lebih menyediakan jasanya gitu ya cuman tujuannya membantu eee UMKM dan juga seller-saler yang ada eee dan brand-brand yang ada di tik tok.

Alfi : oke nah sekarang kita masuk ke masih tetap di poin besarnya itu pra produksi terus masuk ke poin keduanya itu perencanaan ide nah poin kedua dari pertanyaan B yaitu perencanaan ide, apa saja yang mesti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

direncanakan dalam ide live streaming tik tok toko Mama Gigi Ran Centertainment?

Thalita: Kalau Tik Tok sendiri karena basicnya adalah e-commerce tapi social e-commerce gitu jadi dia sosial media dia juga e-commerce jadi banyak sebenarnya yang harus disiapkan pertama tuh harus disiapkan di mic atau kayak promotion promotion yang bisa kita lakukan untuk bisa menarik orang yang tadinya mau ngelihat sosial media tapi jadi ngebeli apa yang kita jual jadi itu perlu juga persiapan itu jadi lebih ke research juga dulu kebutuhan brand-nya konsumen brand-nya Seperti apa barang yang kita jual Seperti apa Media target-targetnya apa gitu ya jadi kita perlu juga strategi kayak gitu yang kedua mungkin jadwal live ya Kita juga harus mempelajari eee Prime time-nya dan juga eee kira-kira nih tanggal berapa sih bagusnya tanggal berapa sih kita bisa peluangnya lebih besar untuk dibeli dan lain sebagainya jadi research kayak gitu tuh perlu direncanakan dalam ide live streamingnya dan mungkin kalau misalkan lebih live streamingnya langsung tuh lebih terjadwal konsep terus tema besarnya terus juga host-nya siapa dan juga equipment equipment atau kayak ibaratnya kualitas dan properti yang harus kita siapkan gitu

Alfi : Oke sekarang masih di poin eee perencanaan ide terus masuk ke pertanyaan keduanya itu eee apa saja kendala dalam penentuan ide live streaming tiktok-toko mama Gigi girans Entertainment

Thalita: Oke kendala mungkin karena kita punya aset dari Raffi Nagita sendiri gitu ya yang eee risis sebenarnya kita tahu mereka adalah selebrity mungkin, secara jadwal itu juga sulit gitu ya eee pada saat menentukan ide live streamingnya terus juga yang kedua adalah eee penyesuaian dari pembawaan mbak gigi dan arrafi sendiri yang HARUS Kita sesuaikan juga dalam konsep dan tema dari *live streaming* itu sendiri gitu sih Kalau kendal-kendala mungkin lebih terjadwal dan juga eee apa ya parents Dari aset yang kita punya itu bagi dan arrafi sih.

Alfi : oke sekarang masih di pra produksi poin besarnya dan masuk ke pertanyaan ketiganya itu persiapan terus pertanyaannya adalah apa saja



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang perlu dipersiapkan dalam live streaming tik tok toko Mama gigi di rans Entertainment

Thalita: yang perlu disiapkan pertama pastinya rundown equipment, equipment berarti dalam arti lighting kamera dan lain sebagainya terus juga prompter atau kalau misalkan kasaran tuh apa sih produk knowledge printer produk knowledge gitu ya terus juga studionya pasti studionya harus dipersiapkan Dan juga mungkin konsep yang matang dan juga tektokan sama sellernya kali ya karena kan kita adalah affiliator basic jadi kita butuh juga nih kerjasama dengan seller seller atau shop shopee gitu gimana nanti pada saat kita menjalankan live streaming itu biar lebih Line dan juga sesuai ini sama-sama dengan kemauan kita bersama kita untuk mencapai tujuan kita bersama gitu

Alfi : Oke sekarang masih di persiapan terus poin pertanyaan keduanya itu eee Siapa yang bertanggung jawab terhadap persiapan atau dalam kegiatan pra produksi tersebut

Thalita: Yang bertanggung jawab sebenarnya eee all time yang bertugas di tempat gitu ya Ee mungkin kalau yang bertanggung jawab ada produser tapi kan produser juga mungkin lebih general gitu ya kalau misalkan lebih ke teknis ada Iso-nya juga Terus kalau misalkan yang bertugas terhadap props dan lain sebagainya tuh ada kreatif juga dan yang menyampaikan eee apa namanya menyampaikan produk ada host juga Jadi sebenarnya secara garis besarnya mungkin yang bertanggung jawab adalah produser Tapi kan banyak juga nih yang akan ee membantu pada saat eee live streaming kan dan sebenarnya yang membantu pada saat live streaming itu juga membantu pada saat pra produksi gitu Jadi kan enggak langsung tiba-tiba kamera nyala gitu kan enggak eh

Alfi : oke sekarang masuk ke point kedua yang besar yaitu produksi terus eee ada pertanyaan pertamanya yaitu Seperti apa kegiatan yang dilakukan pada saat produksi live streaming Tik Tok Mama gigi di rans Entertainment?

Thalita: Pada saat produksi

Alfi : Pada saat live

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Thalita: Oke, kegiatan ini kan pastinya kayak live gitu ya jadi ada host yang menyampaikan produk knowledge ada kreatif juga yang menyampaikan mungkin bertanggung jawab terhadap props dan juga gaming promo penyampaian promo dan lain sebagainya Itu dibantu juga sama kreatif dan pastinya ada so juga yang yang bertanggung jawab terhadap teknis ada produser juga yang bertanggung jawab terhadap Garis besarnya nah Seperti apa kegiatannya sebenarnya lebih ke kayak light commerce ee sosial commerce biasa sih intinya adalah penyampaian Promo gitu ya kalau di tiktok penyampaian promo dan juga produk yang tingkat sampai orang tuh mau beli karena kalau di tiktok tuh benar-benar singkat sih orang masuk tuh kan kayak 3 detik 5 detik gitu ya jadi kayak harus benar-benar menjaga biar cepet gitu

Alfi : Oke masih di poin kedua yaitu produksi dan masuk ke pertanyaan keduanya Berapa lama atau Adakah segmen tertentu pada saat ini live streaming tiktok untuk membagi giliran Entertainment eh kurang lebih ini seperti sesinya

Thalita: Oke kalau sesi organik yang daily kita lakuin gitu ya Senin sampai Minggu rata-rata 14 jam kalau di tik tok, dari jam 9 pagi sampai 12.00 malam tapi ada juga di beberapa sesi-sesi tertentu yang memang kita eksklusif sama brand biasanya ini adalah yang tadi udah aku jelasin di awal itu adalah sesi brand eksklusif gitu ya itu biasanya di 2 jam kalau di tiktok dan itu eksklusif ngebahas satu brand doang gitu

Alfi : Oke eee masuk masih masih di pertanyaan poin besarnya itu di poin kedua yaitu produksi terus pertanyaannya yang ketiga siapa-siapa yang bertanggung jawab terhadap berlangsungnya live streaming tik tok toko membagi gigi di range Entertainmentt, ini seperti garis besar keseluruhan

Thalita: Keseluruhan berarti di produser Ya, pastinya pasti produser yang lebih banyak bertanggung jawab karena kan secara rundown dan peran persiapan ide tema besarkan juga sebenarnya otak utamanya ada di produser gitu Ya tapi kan tetap dibantu tim-timnya jadi secara garis besar yang memegang eh kendali dan tektokan terhadap brand itu juga pasti produser jadi mungkin yah bisa dibilang bertanggung jawabnya besar



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alfi : Terus kita masuk ke poin ketiga yaitu di pasca produksi ee Ini pertanyaan pertamanya apa saja evaluasi yang dilakukan setiap selesai melakukan live streaming tiktok toko Momo gigi di rans Entertainment.

Thalita: Oke evaluasi setiap selesai live streaming eee itu biasanya kita ada tarik datanya juga gitu ya secara data viewers-nya seperti apa terus eee GMC atau pendapatan revenue gitu ya seperti apa terus juga ee komentar apa aja komentar positif dan negatifnya apa yang ditangkap oleh konsumen gitu ya eee audiensory dan lengkap oleh audience karena kita juga mengevaluasi kayak beberapa komen yang kayak kak Kok suaranya kresek-kresek atau pasti kata evaluasi juga terus secara lighting dan penampilannya juga pastikan banyak komentar yang kayak kan Gelap banget kayak ini banget itu kita evaluasi juga dan jadi secara teknis secara produk tadi udah eee produk klik evaluasi j&t atau review gitar evaluasi juga dan secara audio sudah kita evaluasi viewers dan eee view biografinya gitu Jadi mungkin data-data grafik yang bisa kita dapatkan dari dashboard platform gitu

Alfi : Ya oke sekarang masih di poin besar yang ketiga yaitu pasca produksi masuk ke pertanyaan keduanya eee Apakah proses evaluasi perlu dilakukan setelah live streaming tiktok toko Mama gigi rasa tertanam

Thalita: Perlu banget karena secara gitu ya kita ngelakuin daily live gitu ya jadi pasti akan selalu berusaha untuk berkembang juga di hari-hari besoknya dan evaluasi itu kepakai banget juga gitu ya untuk hari-hari besoknya terutama evaluasi produk mungkin ya karena kan kita ngejalanin live setiap hari Enggak mungkin produk jadi itu kan kita harus perlu evaluasi dari kalau misalkan brand eksklusif atau ada yang Tab in gitu ya jadi kita pasti butuh banget juga evaluasi karena kan itu juga akan menjadi Inside untuk mereka menjalankan live live selanjutnya dan juga saran-saran yang kita kasih harapannya bisa kembali Eh menjadi live di kita gitu jadi evaluasi memang sejauh ini perlu dan kita lakukan secara eee apa ya berarti hijau.

Alfi : Oke semua pertanyaan sudah dijawab tadi, Oke terima kasih Mbak Talita



### Transkrip Wawancara Informan 3

- Alfi : Halo Mbak boleh perkenalkan dirinya
- Jessica : Boleh, nama saya Jessia Lapien, perempuan, umurnya sekarang 22 tahun, jabatannya creative live streaming production di Rans Office BSD Tangerang. jam 19.39
- Alfi : Oke Nah di sini saya bakal menanyakan 3 poin pertanyaan yang pertama itu poin besarnya itu ada di satu pra produksi kedua produksi dan 3 pasca produksi nah gimana mbak Sudah siap
- Jessica : Sudah
- Alfi : Nah sekarang kita masuk ke poin pertama yang besar yaitu pra produksi dengan anak pertanyaannya apa yang menjadi tujuan dari program *live streaming* tiktok toko Mama gigi di rans centertainment ?
- Jessica : Pasti mengembangkan bisnis, ya mengembangkan bisnis *e-commerce* terus di rans Entertainment Ini atau kalau mama Gigi kan dia punya dua service ya Jadi ada internal sama eksternal internal tuh kayak kita punya IP atau mama gigi namanya ada di shopee sama di tik tok nah kalau eksternal itu kita sebagai production House yang kembali lagi ya karena *e-commerce* ini bisnis live streaming gitu ya lagi marah-maraknya banget semenjak 2022 jadi kita memanfaatkan peluang bisnis yang lagi bagus gitu sih.
- Alfi : Oke Mbak kita masuk ke anak pertanyaan kedua yaitu perencanaan ide dan poin pertanyaannya apa saja yang mesti direncanakan dalam ide live streaming tiktok toko Mama Gigigi di rans centertainment
- Jessica : Oke, untuk dititok toko maka gigi, dari sisi kreatif ya, kalau untuk toko mama gigi ini kan sebenarnya berjalan reguler ya setiap hari dia ada live, paling kalau misalnya direncanain kalau ada *brand* masuk gitu kita butuh proper, untuk produk *knowled house* terus kita juga butuh tahu nih, untuk satu studionya mau di set seperti apa, karena kan pasti ada *campaign* ya, nth *happy day* atau *double date* atau ntar kayak *rands birthday*, *Rans wedding anniversary*, ulang tahun Cipung, Rafatar, gitu ya kalau kayak kita berdasarkan camping-kembingnya aja sih disesuaikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

gitu ya terus juga yang direncanain juga untuk eh promosi posternya itu juga sebagai kreatif nanti akan request ke grafik desain gitu ya selain itu juga harus menyiapkan produk-produknya juga yang mau dijual apa soalnya kan untuk gigi lebih ke affiliate ya Jadi kita harus nego nego di link juga gitu ya sampai pengiriman sampel sampai kita review gitu dan juga kalau misalnya ada *brand theft-in*, ya kita harus bikin fronter juga sama terus juga eee mempersiapkan butuh demo produk atau enggak kayak gitu terus nanti semua harus profile lain juga dari segi ward drob gitu.

Alfi : Sekarang poin pertanyaan keduanya apa saja kendala dalam penentuan ide live streaming tiktok toko membagi di Run centertainment

Jessica : Kendalanya ya karena kan sebenarnya kalau live streaming ya gitu-gitu aja gitu kalau dari studio juga sebenarnya kita nggak begitu leluasa ya karena framenya juga sebenarnya kecil gitu dan paling kalau misalnya *brand* masuk tapi kitanya enggak *familiar* itu lumayan muter otak banget sih karena kan kita harus bisa ngebawa *brand* itu bisa sampai gitu ya *message*-nya ke audiens itu menurut saya itu *tricky* banget kayak waktu itu misalnya kita pernah jual oli gitu ya itu kan susah banget ya apalagi kalau oli itu ya mobil motor dengan spesifikasi yang sangat banyak dan harus spesifik gitu itu kan susah banget ya dan juga kayak kita harus mikirin tuh gini-gini kayak gimana kalau oli itu sih favorit yang paling susah tergantung dari produk dari brand-nya sih.

Alfi : Oke sekarang kita masuk ke anak pertanyaannya yaitu yang c persiapan dengan poin pertanyaan apa saja yang perlu dipersiapkan dalam live streaming tik tok toko membagi di rans Entertainmentnya

Jessica : Pastinya nego sama seller Ya kita harus cari dulu nih produknya based on kan kita punya data ya di tiktok kayak kita lebih hidup apa Bagus dikategori apa gitu ya kalau memang begini kan Lifestyle sama Om living misalnya gitu nanti kita bakal cari tuh di Top 10-nya atau nanti kita cari ada websitenya gitu yang nunjukin kalau lagi barang-barang apa aja sih yang laku di tik tok gitu ya karena biasanya Emang setiap seller itu Eh kayak kita ini eviliatornya barang-barangnya emang suka

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sama Nah nanti gimana caranya kita ngejual dengan cara yang berbeda adalah dengan kita bikin package baru paket khusus buat toko mama Gigi gitu ya kita suka bikin paket bundling-baling gitu jadi ya eksklusif buat itu kalau mama Gigi gitu itu satu dari produknya dan juga nego harga Ya kan karena tagline untuk ngomong lagi harus paling murah gitu ya biar berbeda juga dari operator lainnya Terus yang kedua siapin ya studio dari kamera lighting gitu ya itu dari tim Iso terus juga dari segi host-nya host-nya juga harus di brief dulu gitu ya Misalnya ada produk baru atau mungkin brand masuk gitu terus tiba-tiba dulu supaya bisa jelas gitu menyampaikan ke audience-nya karena kan Eh gimana pun juga kalau di online kan pasti kita pengen ngerasain experience belanja online yang kita jual di rumah aja gitu yang tapi kita udah bisa ngerti gitu loh tentang isi produknya meskipun kita enggak megang secara langsung itu kan sebenarnya saya tujuannya Eh bisa sampai ke audien terus sama ya persiapan kreatifnya juga gitu ya untuk ngeramain live-nya gitu Karena kan kalau untuk mama Gigi Emang eh konsepnya kayak toko kontong gitu ya Jadi emang harus heboh harus rame gitu kan itu sih yang harus disiapkan.

- Alfi : Oke sekarang kita masuk ke poin pertanyaan keduanya Siapa yang bertanggung jawab terhadap persiapan atau dalam kegiatan pra produksi tersebut
- Jessica : Ada dari tim bisnis development ya dari segi produknya gitu terus nanti kalau dari segi nego-nego juga dari produser juga nanti untuk berjalannya live kayak studio dan properti segala macam itu yang bertanggung jawab dari tim kreatif itu
- Alfi : Oke sekarang kita masuk ke poin besar yang kedua yaitu di tahap produksi dengan anak pertanyaan Seperti apa kegiatan yang dilakukan pada saat produksi live streaming tiktok-tokoh membagi giliran antara teman
- Jessica : Ya kita biasanya sekarang punya gimik-gimiknya in add out keranjang ya untuk di live toko mama gigi, gitu jadi kita kegiatannya adalah menaikkan engagement dengan cara mereka tap-tap love terus komen

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

misalnya komen mau 100 baru nanti kita keluarin barangnya diturunin harganya gitu ya, seperti yang dilakukan ini yang live streamingnya lebih ke heboh lebih ke mainin banyak gimig-gimig harga gitu.

Alfi : kita masuk ke poin pertanyaan kedua Berapa lama atau Adakah segmen tertentu pada saat ide live streaming tik tok toko Mama gigi di rans Entertainment

Jessica : Sekarang 16 jam ya dari pagi dari jam sama 12 jam ya dia Nah itu sekarang dia itu ada dua tempatnya ya kalau sekarang kan ada Om Merry Mbak lain di bandara Terus lanjut sama hal-hal yang di BSD gitu yang kurang lebih 14 sampai 16 jam lah sehari gitu tapi kalau di weekend cuman 6 jam kalau di situ terbagi program sebenarnya sih kalau di Tik Tok sekarang setiap hari reguler biasa ya live daily itu untuk produk-produknya juga Ya sebenarnya sih sama-sama aja cuman mungkin kadang ada refreshing baru ya kalau kita di link sama seller baru gitu Paling kalau yang beda kalau misalnya kita punya campaign gitu ya Misalnya ada Nagita yang live atau Om Merry atau Mbak Lala gitu nanti kita pasti punya satu barang tuh yang di plazalin-nya jatuh banget harganya misalnya karpet dari Rp200.000 gitu ya kita jual secara cuma cuma jadi cuma Rp25.000 aja nah kayak gitu sih paling segmen-segmen tertentu gitu jadi ya kita adain harga spesial di hari spesial dengan host yang special

Alfi : Oke Eh sekarang kita masuk ke poin pertanyaan ketiga siapa-siapa yang bertanggung jawab terhadap berlangsungnya live streaming tik tok toko Mama gigi di rank centertainment

Jessica : Kalau di saat live pasti produser ya karena produser memantau dashboard gitu ya ngeliatin dari segi CTR dashboard-nya juga ngeliatin dari gmc-nya juga ingetin perputaran produknya dari kreatifnya kreatif juga pasti bertanggung jawab ya dari engagement-nya di komen terus juga dari segi ngebaca datanya gitu ya supaya bisa ngasih tahu ke host nih harus nge-review apa nih yang lagi tinggi peminatnya terus semenggung jawab juga pastinya LSO, LSO kenapa karena ya semua perteknis-teknis itu kan yang mengerti LSO ya jadi harus stand by gitu



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ya, kalau ada permasalahan jaringan, permasalahan gambar, gitu ya suara juga, atau misalnya, apa lagi ya kalau LSO ya. Pokoknya dia yang bertanggung jawab lah ya secara teknis itu mungkin laptop error-error gitu kita enggak ada yang tahu sih kalau itu jadi semua dan juga kreatif dan host juga pastinya bertanggung jawab ya gitu, pas live karena harus menyampaikan sesuai sama produk yang harus saya sampaikan sesuai ini dengan produk yang di-review gitu enggak boleh lebih-lebihin tapi juga harus jelas gitu ya dengan fungsinya apa, detail-detailnya apa kayak gitu.

Alfi : Oke sekarang kita masuk ke poin ketiga besar yaitu pasca produksi dengan anak pertanyaan apa saja evaluasi yang dilakukan setiap selesai melakukan live streaming tiktok toko Mama gigi di rans entertainmentnya sih

Jessica : Oke, sebenarnya kalau bagian evaluasi memang lebih produsernya karena kan produser yang selalu memantau nih dari segi dashboard-nya dan juga dari nonton live-nya juga gitu ya, jadi kalau misalnya produser itu kan selalu setiap seminggu dia selalu akan narik data gitu ya dia akan melihat perkembangan live streamingnya gimana nih di toko mama gigi ini dan ngelihat juga top produknya apa atau produk-produk yang kurang worth itu apa gitu ya jadi lebih ke ngasih strategi juga nantinya dari situ mau nge-push produk yang mana itu nanti akan diinfokan kreatifnya atau mungkin kadang kan ee tiktok itu kan Sensitif ya sama filation gitu Kalau misalnya Emang Eh ada valuation gitu nanti pastinya akan ada koneksi ke host gitu ya apa-apa saja sih do endorse-nya buat live di tiktok kayak gitu sih jadi ya pastinya akan terus ee dievaluasi dari produser baik kreatif ke host dan LSO juga gitu biasanya kita suka ada grup gitu ya jadi yang ngobrolnya di grup misalnya lagi ada kendalanya apa gitu, atau misalnya lagi bingung nih kak pindah ke produk apa dan segala macam itu biasanya kita juga langsung pakai tempat di grup sih





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alfi : Oke sekarang kita masuk ke anak pertanyaan kedua Apakah proses evaluasi perlu dilakukan setelah live streaming tiktok toko Mama gigi di rans Entertainment.

Jessica : Pastinya perlu banget, kenapa karena kita kan pasti butuh banget ya eh pendapat-pendapat dari tim yang emang kerja di lapangan Gitu ya Kalau kayak bisnis depelopment, produser gitu kan ee kita yang nyiapin gitu ya dan kreatif itu nyiapin sebelum live-nya gitu nge freepire live-nya tapi yang udah jalanin live-nya gitu pasti lebih ngerti lagi nih nge-vlog si review barangnya terus barang yang aku punya berapa atau mungkin barangnya bisa naikin penonton apa enggak bisa naikin minat beli penonton apa enggak, kayak gitu ya jadi perlu banget gitu dan juga kita pastinya perlu banget insert-invite dari kreatif karena ya mereka yang tahu ya host-nya cara menjelaskannya kayak gimana gitu dan biasanya memang host sama kreatif di toko mama Gigi itu juga saling kasih input gitu misalnya maksudnya lebih suka kalau dirameinnya, gimana gitu atau ee apa kreatif juga suka kasih tahu ke hosnya kalau misalnya ee host-nya ada salah ngomong atau mungkin juga dari kayak cara penampilan gitu ya Ada kurang Oke dan segala macam gitu ya Jadi ya emang itu perlu banget sih karena kan gimana aku juga pasti kita fokusnya untuk naikin GMP ya tapi itu jadi ya evaluasi ini sangat penting untuk meningkatkan GMP toko mama gigi

Alfi : Untuk Oke sepertinya dari ketiga pertanyaan besar tadi itu pra produksi yang keduanya produksi dan ketiga pasca produksi semua sudah selesai di tanyakan dan sudah selesai semua dijawab oleh Mbak Jessica eee latihan sebagai kreatif di toko Momogi girang centertainment eh terima kasih banyak atas waktunya eh mohon maaf kalau saya mengganggu waktunya

Jessica : Terima kasih juga sama-sama lamanya jadikan



#### Transkrip Wawancara Informan 4

##### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alfin : Halo, nama informan sekarang siapa?

Dhika : Dhika Alfar

Alfin : Jenis Kelamin?

Dhika : Laki-laki

Alfin : Umur?

Dhika : 26 tahun

Alfin : Jabatan sekarang?

Dhika : live stream operator

Alfin : Tempat kita wawancara sekarang dan tempat kita tempat informan bekerja sekarang?

Dhika : Office BSD Tangerang Selatan

Alfin : Kita masuk ke Sesi pertanyaan pertama ya yaitu di pertanyaan pertama pra produksi dengan poin apa yang menjadi tujuan dari program live streaming tiktok toko Mama gigi di Run entertainment.

Dhika : Untuk tujuan dari program live streaming Tik Tok Mama gigi di rans entertainment itu salah satunya menjadi tempat atau media mungkin untuk pengusaha-pengusaha ataupun baik itu brand seller maupun UMKM untuk mendistribusikan produk-produknya melalui akses ataupun IP yang rans Entertainment punya salah satunya itu toko gigi

Alfin : Oke saatnya kita masuk ke Point B Masih tetap dipertanyaan pra produksi yaitu tentang perencanaan ide dengan poin pertanyaan apa saja yang masih direncanakan dalam ide live streaming Tik Tok Mama gigi di rans entertainment

Dhika : Yang perlu direncanakan dalam live streaming tiktok tokomu gigi Trans Entertainment itu pertama pastinya kita merencanakan produk apa yang akan kita jual pertama lalu kedua eee dari segi konsep ataupun campaign yang akan kita bawaan atau yang akan kita kemas gitu ya dalam live streaming nanti Seperti apa dan tentunya yang tidak luput yang perlu kita rencanakan atau persiapkan itu adalah hal-hal teknis seperti internet kamera set studio lampu dan lain-lain



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alfin : Oke masih tetap di poin perencanaan ide ee masuk ke poin keduanya apa saja kendala dalam penentuan idea live streaming tiktok toko mama Gigi dan sentertainment untuk terlambat

Dhika : Untuk kendala sebenarnya dari sisi platform sendiri gitu ya Tik Tok bisa dibilang trend tiktok saat ini cenderung sangat cepat terutama trend dari produk yang sedang *happening* ataupun *trend* dari sisi visual yang sedang trending atau happening orang-orang cenderung lebih menyukai itu sangat cepat kayak gitu pertama terus kedua kendalanya sendiri mungkin lebih ke adjustment atau diskusi kali ya diskusi dengan pihak seller ataupun brand yang ingin menggunakan jasa atau komoditi sebagai media penjualan mereka seperti itu sih.

Alfin : Oke nah masuk ke point c masih di poin besarnya itu di pra produksi yang pointnya persiapan dengan poin pertanyaan apa saja yang perlu dipersiapkan dalam live streaming tik tok toko Mama gigi di rans centertainment

Dhika : Setelah adanya kesepakatan perihal konsep ataupun ide dasar dari sisi Champion live streaming di toko Momo gigi tentunya dari macam-macam divisi menyiapkan hal-hal yang harus mereka persiapan itu menjelang live streamingnya untuk divisi live stream offline tersendiri yang dipersiapkan itu pertama layoutting studio perihal set penempatan kamera pembuatan denah gitu ya pembuatan denah penempatan lampu terus jumlah lampu ataupun jumlah kamera yang akan dipergunakan itu berapa banyak lalu selain itu juga untuk live streaming operator mempersiapkan internet yang aman dan stabil sih

Alfin : Oke masih tetap di Point C persiapan dengan poin pertanyaan yang keduanya yaitu Siapa yang bertanggung jawab terhadap persiapan atau dalam kegiatan pra produksi tersebut

Dhika : Pastinya seluruh divisi bertanggung jawab terhadap Tugas atau skop *of worknya* masing-masing gitu yang dimana saya sebagai *live stream operator* bertanggung jawab perihal kesiapan-kesiapan teknis yang diperlukan untuk *live stream* nanti, salah satunya perihal yang tadi internet, kesiapa kamera, lampu, dan mungkin juga kesiapan dari



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

studionya itu sendiri, Adakah *extra property* yang dibutuhkan dalam *live streaming*, Adakah set yang harus di *adjust* untuk kebutuhan *live streaming* nanti dan pastinya dari tim semua operator juga memastikan seluruh kebutuhan aset visual maupun audio yang dibutuhkan untuk *live streaming* itu sudah siap sebelum *live streaming* dimulai.

Alfin : Oke sekarang masuk ke poin besar yang kedua yaitu produksi dengan poin pertanyaan Seperti apa kegiatan yang dilakukan pada saat produksi *live streaming* Tik Tok Mama gigi di ransel Entertainment

Dhika : Biasanya kegiatan *live streaming* Tik Tok di toko mama gigi *Entertainment* itu diawali pasti dengan *briefing* terlebih dahulu untuk tim produksi sendiri, adanya *briefing* itu yang mengikuti *briefing* itu dibantu oleh produser, lalu ada tim kreatif dan juga tim *live streaming operator* yang bertugas nantinya seperti itu, Nah setelah itu untuk tim *live streaming operator* sendiri, kita memastikan kembali perihal peralatan-peralatan yang kita gunakan di hari tersebut tidak luput juga kita memastikan keamanan dan kestabilan *internet* yang akan digunakan kelayakan kamera lampu *lighting* dan juga peralatan lainnya kita pastikan itu menjadi aman dan tidak akan ada kendala pada saat *live streaming* berjalan seperti itu sih dan saat *live streaming* berlangsung atau dimulai tim *live stream operator* itu bertanggung jawab atas memulainya *live stream* dari awal sampai dengan akhir yang di mana pada saat *live streaming* itu berlangsung kita bertugas juga untuk sebagai operator PC *stream* misalkan *live streaming desktop* yang fungsinya untuk produk atau menyematkan atau menurunkan produk yang harus direview juga bisa menjawab terhadap tampilan-tampilan visual ataupun pemutaran pemutaran materi audio yang digunakan pada saat *live streaming* berlangsung sampai akhirnya *live streaming* itu selesai tinggal so juga bertanggung jawab untuk mengakhiri *live streaming* tersebut melalui sistem Ops apa

Alfin : Masuk ke poin pertanyaan kedua yaitu Berapa lama atau Adakah segmen tertentu pada saat di dalam *streaming* Tik Tok Mama gigi di Run centertainment



**Dhika** : Untuk durasi *live stream* di tik tok topologi itu rata-rata per harinya di 12 sampai dengan di 16 jam pembagian segmennya pasti ada yang di mana, biasanya kita membagi program membagi program antara dua main program toko mewakili ada yang toko mama gigi organik dan juga eksklusif untuk organik tadi sendiri itu durasinya di 12 sampai 16 jam Sedangkan untuk tombol Gigi eksklusif program eksklusif dengan brand itu durasinya di satu sampai dua jam Nah untuk pembagian segmen di dua program besar tersebut tentunya terutama untuk di toko di eksklusif itu ada beberapa segmen yang pertama yang pastinya *opening* Terus masuk SMS berikutnya kita mulai memasuki *review* produk Lalu ada segmen juga berupa *flash sale* dan kita juga ada beberapa tambahan segmen yang cukup untuk menarik penonton gitu ya kita ada segment bagi-bagi *giveaway* sampai akhirnya bisa untuk segmen-segmen teknologi organik itu rata-rata kita hanya membagi di setiap *host* yang bertugas di jam-jam tertentu seperti itu sih.

**Alfin** : Masih di poin kedua besar yaitu di korupsi masuk ke poin pertanyaan ketiga siapa-siapa yang bertanggung jawab terhadap berlangsungnya live streaming tiktok toko Mama gigi di Run centertainment

**Dhika** : Tentunya dari setiap divisi itu untuk keseluruhan atau produksi live stream itu yang bertanggung jawab adalah produser namun produser sendiri itu bertanggung jawab atas performa keseluruhan live stream jadi touring live streaming berlangsung produser itu membaca dashboard atau data selama live streaming dan memberikan strategi untuk menaikkan penjualan di live streaming Lalu ada juga dari sisi tim kreatif tim kreatif itu bertanggung jawab untuk menjaga Materi apa yang akan dibawakan oleh host lanjut selanjutnya terus juga bertanggung jawab untuk menaikkan penonton yang ada dan selanjutnya juga ada LSO tentunya yang bertanggung jawab perihal teknis jika selama bertanggung jawab untuk memastikan gitu ya internet stabil tidak ada gangguan teknis pada device yang digunakan dan memastikan seluruh visual atau seluruh materi visual dan audio yang dibutuhkan saat live stream itu terdeliser dengan baik



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alfi : Oke sekarang kita masuk ke poin 3 besar dari pertanyaan yaitu pasca produksi pasca produksi dengan poin pertanyaan pertama yaitu apa saja evaluasi yang dilakukan setiap selesai melakukan live streaming tiktok toko mambut gigi di rans Entertainment

Dhika : Evaluasi yang dilakukan pada saat setelah live streaming gitu ya yang pertama pasti kita mengevaluasi secara keseluruhan terlebih dahulu kita melihat total penjualan pada saat sesi tersebut itu berapa lalu kita juga melihat mengevaluasi adakah penurunan atau kenaikan dibandingkan dengan sesi-sesi sebelumnya dan tentunya juga tentunya juga kita mengevaluasi dari setiap aspek yang di yang kita lakukan pada saat produksi live streaming contohnya Semuanya berbasis data perihal teknis dan visual pun itu bisa sangat berpengaruh itu terhadap performa live streaming tersebut jadi eee setelah live stream selesai kita pasti mengevaluasi secara ee 360° dari seluruh aspek dan seluruh divisi yang bertanggung jawab

Alfi : Oke untuk masih di poin besar pasca produksi masuk ke pertanyaan kedua terakhir Apakah proses evaluasi perlu dilakukan setelah live streaming tiktok toko membagi giliran sentertainment

Dhika : Sangat perlu karena seperti yang tadi disampaikan juga Tik Tok ada platform yang berbasis dengan data gitu ya jadi evaluasi setelah ektrim sama kita perlukan untuk menjadi acuan pada saat live streaming live streaming selanjutnya

Alfi : Oke semua pertanyaan sudah dijawab sekali lagi dengan siapa tadi

Dhika : Dhika

Alfi : Oke terima kasih

UIN SUSKA RIAU

### Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Foto: Penulis dan Citra Haspari-Divsi SBD



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Foto: Penulis dan Dhika Alfar-Divisi Live Streaming



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Foto: Penulis dan Jessica Lapian-Divisi Kreatif

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Foto: Penulis dan Thalita-Divisi Produser