

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama berjudul “Interaksi Lobi dan Negosiasi dalam Pemasaran *Live streaming* Media Sosial Tiktok: Studi Kasus Keputusan Pembelian Parfum @pucelleid” merupakan penelitian yang dilakukan oleh (Leonindhira et al., 2024). Penelitian ini membahas tentang interaksi lobi dan negosiasi dalam konteks pemasaran di media sosial TikTok melalui *live streaming*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengobservasi interaksi antara *host live streaming* dan calon konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi yang baik dan strategi komunikasi yang efektif oleh *host* secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Host live streaming* perlu menjadi seorang yang kredibel agar dapat membangun kepercayaan dengan calon konsumen maupun konsumen.

Penelitian kedua berjudul “Makna dan Simbol Dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi)” merupakan penelitian yang dilakukan oleh (Haris & Amalia, 2018). Penelitian ini membahas tentang pemaknaan simbol dalam perubahan interaksi sosial dalam tinjauan komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang dimana terdapat penjabaran simbolik melalui pendekatan perspektif interaksionisme simbolik. Hasil penelitian ini adalah manusia mengembangkan simbol untuk memberi makna terhadap dunia.

Penelitian ketiga berjudul “Teknik Komunikasi Persuasif *Host Live Streamig* Terhadap Penonton di Aplikasi Wish Live” merupakan penelitian yang dilakukan oleh (Agustin & Sampoerno, 2023). Penelitian ini membahas tentang dalam aplikasi *live streaming* para *host* mempunyai strategi atau teknik supaya menarik viewers dan bertujuan untuk mengetahui *host wish live* dalam menarik penonton melalui teknik komunikasi persuasif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui

wawancara dan dokumentasi dengan jumlah tiga orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *host* wish live menerapkan 6 teknik komunikasi persuasif.

Penelitian keempat berjudul “Interaksi Simbolik dalam *Live streaming* Tiktok: Sebuah Studi tentang Keterlibatan Influencer-Penonton” merupakan penelitian yang dilakukan oleh (Melani & Ahmad Zamzamy, 2023). Penelitian ini membahas tentang seluk beluk fitur siaran langsung TikTok sebagai media interaksi simbolik antara influencer dan audiens. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara dan pengamatan mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam ranah konsep diri, sekelompok influencer mengarahkan perhatian untuk memanfaatkan fitur simbolis *live streaming* untuk mengekspresikan konsep diri mereka.

Penelitian kelima berjudul “Makna Interaksi *Live streaming* Bagi *Host* di Aplikasi Uplive” merupakan penelitian yang dilakukan oleh (Indriyani & Herlina, 2021). Penelitian ini membahas tentang makna interaksi *live streaming* bagi *host* di aplikasi Uplive. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data penelitian yang digunakan adalah wawancara bersama para *host* Uplive dan para penontonya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi yang dilakukan ketika *host* sedang melakukan siaran langsung tidak hanya sebatas memberikan komentar melalui live chat saja akan tetapi penonton juga bisa memberikan *virtual gift* seperti diamond yang kemudian bisa ditukarkan dengan uang. Interaksi yang terjadi di *live streaming* menurut *host* sangat penting karena sebuah interaksi yang terjalin antara *host* dan penonton dapat meningkatkan engagement dan *host* harus mempunyai kemampuan untuk berkomunikasi yang baik serta mempunyai kesan yang baik dan berkualitas.

Penelitian keenam berjudul “Research on Symbolic Interaction in E-commerce *Live streaming*” merupakan penelitian oleh (Liu et al., 2022). Penelitian ini membahas tentang penerapan simbol informasi telah menjadi hambatan bagi pengembangan siaran langsung e-commerce yang berkelanjutan. Hasil penelitian ini mengemukakan beberapa saran strategis untuk mendorong pengembangan siaran langsung e-commerce dengan menciptakan simbol konten yang interaktif dan menarik serta membangun simbol pemandangan untuk menemani penonton.

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	Interaksi Lobi dan Negosiasi dalam Pemasaran <i>Live streaming</i> Media Sosial Tiktok : Studi Kasus Keputusan Pembelian Parfum @pucelleid	Makna Dan Simbol Dalam Proses Interaksi Sosial	Teknik Komunikasi Persuasif <i>Host Live streaming</i> Terhadap Penonton di Aplikasi Wish <i>Live</i>	Interaksi Simbolik dalam <i>Live streaming</i> Tiktok: Sebuah Studi tentang Keterlibatan <i>Influencer-Penonton</i>	Makna Interaksi <i>Live streaming</i> Bagi <i>Host</i> di Aplikasi Uplive	<i>Research on Symbolic Interaction in E-commerce Live streaming</i>
2.	Nama Lengkap Peneliti	Agnes Gina Leonindhira, Aulia Neva Zefanya, Diah Arum Tita, Kirana Mutia, Adjisani, Saifuddin Zuhri	Aidil Haris, Asrinda Amalia	Anggi Agustin, Sampoerno	Elsa Rakhma Melani, Ahmad Zamzamy	Tesi Indriyani, Rita Herlina	Peigang Liu, Kunjie Zhao, Yuting Zhang
3.	Fokus Penelitian	Memahami interaksi lobi dan negosiasi dalam konteks pemasaran	Untuk mengetahui pemaknaan simbol dalam perubahan interaksi sosial	Banyak aplikasi <i>live streaming</i> yang tidak dimanfaatkan untuk hal positif,	Media sosial telah berevolusi menjadi fenomena yang menyebar luas,	Mengetahui makna interaksi <i>live streaming</i> bagi <i>host</i> di aplikasi Uplive.	Mengetahui penerapan simbol informasi telah menjadi hambatan bagi

		melalui <i>live streaming</i> .	dalam tinjauan komunikasi	aplikasi <i>live streaming</i> disalahgunakan untuk hal negative.	berfungsi sebagai media komunikasi dan interaksi di ranah <i>virtual</i> , terbebas dari ruang dan waktu dilambangkan oleh fitur <i>streaming</i> langsung yang dapat menarik pengguna.		pengembangan siaran langsung <i>e-commerce</i> yang berkelanjutan
4.	Teori	Interaksi lobi dan negosiasi	Teori Interaksionisme Simbolik	Komunikasi persuasif	Teori interaksi simbolik	Teori interaksionisme simbolik dan media baru	Teori interaksi simbolik
5.	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengamati interaksi antara <i>host live streaming</i> dan calon konsumen.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan penjabaran simbolik melalui pendekatan perspektif simbolis interaksionisme.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi dengan jumlah informan 3 orang.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan pengamatan mendalam.	Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif. Data penelitian yang digunakan adalah wawancara bersama para <i>host Uplive</i> dan para penontonnya.	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi.
6.	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini mengemukakan beberapa saran strategis untuk mendorong pengembangan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi yang dilakukan ketika <i>host</i> sedang melakukan siaran	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam ranah konsep diri, sekelompok <i>influencer</i>	Hasil penelitian ini adalah <i>Host Wish Live</i> menerapkan 6 teknik komunikasi	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa manusia mengembangkan satu set simbol yang kompleks	Hasil penelitian ini adalah interaksi yang baik dan strategi komunikasi yang efektif oleh <i>host</i>

siaran langsung e-commerce dengan menciptakan simbol konten yang interaktif dan menarik serta membangun simbol pemandangan untuk menemani penonton.

langsung tidak hanya sebatas memberikan komentar melalui *live chat* saja akan tetapi penonton juga bisa memberikan *virtual gift* seperti *diamond* yang kemudian bisa ditukarkan dengan uang.

mengarahkan perhatian untuk memanfaatkan fitur simbolis *live streaming* untuk mengekspresikan konsep diri mereka.

persuasive berdasarkan Buku Onong Uchhana Effendi yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi, diantaranya yaitu, Teknik Ganjaran, Teknik Asosiasi, Teknik Tataan, Teknik Intergrasi, Teknik Red-herring serta Teknik Pembangkitan Rasa Takut.

untuk memberi makna terhadap dunia dalam paradoks.

live streaming secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik memfokuskan perhatiannya pada cara-cara yang digunakan oleh manusia untuk menciptakan makna dan struktur hubungan masyarakat melalui interaksi. Teori Interaksi Simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead adalah teori yang menjelaskan tentang interaksi sosial yang terjadi karena penggunaan simbol-simbol yang memiliki makna. Mead mengajarkan bahwa makna muncul sebagai hasil interaksi di antara manusia baik secara verbal maupun non-verbal (Morissan, 2013). Melalui respons yang terjadi, individu memberikan makna ke dalam kata-kata atau tindakan hal ini yang membuat individu memahami suatu peristiwa tersebut.

Terdapat tiga konsep dalam teori yang dikemukakan Mead yaitu pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*) (Morissan, 2013) :

1. Pikiran (*Mind*): Bagaimana suatu individu dapat memahami suatu makna dalam proses interaksi sosial. Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka. Makna yang kita berikan pada simbol merupakan objek dari interaksi sosial dan menggambarkan kesepakatan kita untuk menerapkan makna tertentu pada simbol.
2. Diri (*Self*): Dalam pembentukan makna mengenai diri (*self*) individu juga mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain. Mead berpendapat bahwa diri sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri kita sendiri dari perspektif orang lain.
3. Masyarakat (*Society*): Mead berpendapat bahwa orang dan kelompok dipengaruhi oleh proses sosial dan budaya. Masyarakat adalah sebagai jejaringan hubungan sosial yang diciptakan oleh manusia. Masyarakat ada sebelum individu tetapi juga diciptakan oleh individu itu sendiri dengan melakukan tindakan sejalan dengan orang lain. Maka dari itu, kita tidak dapat berkomunikasi dengan orang lain tanpa memiliki makna yang sama terhadap simbol yang kita gunakan.

Dalam penggunaan simbol sebagai alat penyampaian makna merupakan hal yang penting dalam berinteraksi oleh manusia. Di kehidupan sosial pada dasarnya adalah manusia berinteraksi dengan simbol-simbol. Mereka akan tertarik apabila manusia menggunakan simbol-simbol untuk merepresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan orang.

Dalam teori interaksi simbolik ini berkaitan dengan *host* dan penonton di *platform live streaming* mico karena adanya proses komunikasi yang melibatkan pertukaran makna melalui simbol-simbol tersebut. Makna interaksi di dalam *live streaming* bagi *host* di Mico sangat penting karena dengan adanya interaksi antara *host* dan penonton dapat meningkatkan keterlibatan dan ketertarikan satu sama lain.

2.2.2 New Media

Media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dengan digitalisasi dan ketersediannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Media baru sangat beragam dan hal ini memasuki ranah komunikasi massa secara langsung atau tidak langsung memiliki dampak terhadap media tradisional. Media baru adalah media yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel dan interaktif, berfungsi secara terbuka kepada public maupun individu dengan menggunakan internet. Menurut McQuail media baru terdapat perangkat utama yaitu internet (satelit) terutama pada penggunaan public seperti berita daring, iklan, aplikasi, forum dan aktivitas diskusi, *Word Wide Web (WWW)*, pencairan informasi, dan potensi pembentukan komunitas. Salah satu yang menjadi bagian dari media baru adalah media sosial hal ini dikarekan internet selalu mengalami perkembangan sehingga memunculkan berbagai macam teknologi dan fitur baru yang tersedia bagi pengguna.

Media sosial adalah teknologi digital yang berfungsi sebagai sarana komunikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna bisa berkomunikasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan video secara bersamaan. Media sosial merupakan komunikasi antar manusia yang memiliki karakteristik keterhubungan, percakapan, kreasi, berpikir, berbagi, partisipasi, berteman, dan membangun sebuah komunitas melalui internet tanpa dibatasi ruang dan waktu. Sebagai bentuk

media baru, media sosial telah mewadahi tempat untuk manusia berinteraksi di dalamnya yaitu, blog, Instagram, Facebook, Twitter, dan lain-lain.

2.2.3 Aplikasi *Live streaming*

Aplikasi *live streaming* merupakan sebuah *platform* khusus untuk melakukan siaran langsung yang direkam melalui kamera *handphone* supaya orang-orang dapat menonton dimana pun dan kapan pun. Di dalam aplikasi *live streaming* ini penonton dapat berinteraksi dengan *host* melalui fitur-fitur yang terdapat di aplikasi *live streaming* seperti komentar, dan pemberian hadiah. Salah satu aplikasi *live streaming* yang memiliki fitur-fitur menarik adalah aplikasi Mico. Aplikasi Mico adalah aplikasi *live streaming* yang telah berdiri sejak tahun 2015, Mico salah satu platform video *live streaming* yang memberikan efek, special, unik dan dapat digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan sangat mudah yang memungkinkan *host* untuk berinteraksi dengan para penonton. Sesuai data Mico telah diunduh sebanyak 50 di Google Play. Dalam aplikasi Mico banyak streamer membuat konten menarik dan mereka dapat menuangkan berbagai konten-konten menarik dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai konten nyanyi, make up, joget dan kreativitas lainnya saat siaran berlangsung. Mereka juga dapat ikut tantangan-tantangan yang dibuat oleh para penonton atau pengguna lain. Mico menyediakan berbagai agency untuk para pengguna yang ingin menjadi *host* untuk melakukan verifikasi sebelum memulai live. Mico adalah sebuah aplikasi yang tidak memperbolehkan konten yang mengandung unsur negatif seperti pornografi dan berkata kasar baik *host* maupun penonton. Jika, ada yang melakukan konten yang mengandung unsur negatif maka akun mereka akan di ban device secara permanen dan mereka tidak dapat mengakses atau mengunduh aplikasi Mico lagi. Mico memiliki berbagai fitur-fitur menarik yaitu:

1. Fitur efek wajah dan *beautify* : *Fitur filter* pada siaran langsung di aplikasi Mico dapat digunakan oleh para *host*. *Host* dapat menambahkan filter pada saat ingin siaran langsung untuk membantu para streamer yang kurang pede menjadi lebih pede saat melakukan siaran langsung dan juga mengubah tone warna pada video.

2. Fitur filter *sticker* : Mico menyediakan fitur sticker yang dimana streamer dapat menggunakannya untuk berbagi informasi atau membuat siaran langsung menjadi terkesan lebih kreatif dan menarik.
3. *Fitur backsound* : *Streamers* dapat menambahkan suara efek saat siaran langsung. Dengan beragam efek suara yang berbeda seperti tertawa, tepuk tangan, sorakan, suara DJ, dan lain-lain. Dengan adanya fitur ini membuat streamer lebih mudah untuk berinteraksi dengan penonton.
4. *Fitur clean chat* : Fitur ini dapat memungkinkan streamer lebih mudah untuk menghapus komenan yang terkesan negatif atau sensitif. Untuk menggunakannya streamer dapat menekan pengaturan lalu mengetuk ikon “bersihkan obrolan” sehingga komenan dapat terhapus seluruhnya.
5. *Fitur voice room* : *Fitur voice room* mirip dengan video siaran langsung tetapi hanya menggunakan suara untuk para pengguna dapat berinteraksi dengan *host* maupun penonton sesuai dengan topik yang menarik.
6. Fitur perang koin / PK : Mico mengfokuskan fitur gift yang dimana menjadi sumber pendapatan para live streamer untuk mendapatkan gift yang dapat ditukarkan ke dalam rupiah streamer harus memiliki konten yang menarik dan setiap agency juga diminta Mico untuk saling bertarung diamond / gift setiap bulan maksimal 3 kali.
7. Fitur Komunikasi Massal / komal Fitur yang memudahkan *host* dan penonton untuk berinteraksi secara langsung dengan disediakan kamera untuk memperlihatkan wajah penonton saat melakukan komal bersama *host*. Dengan Mico menyediakan fitur-fitur tersebut membuat *host* dan penonton menjadi lebih mudah berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol yang telah di sediakan.

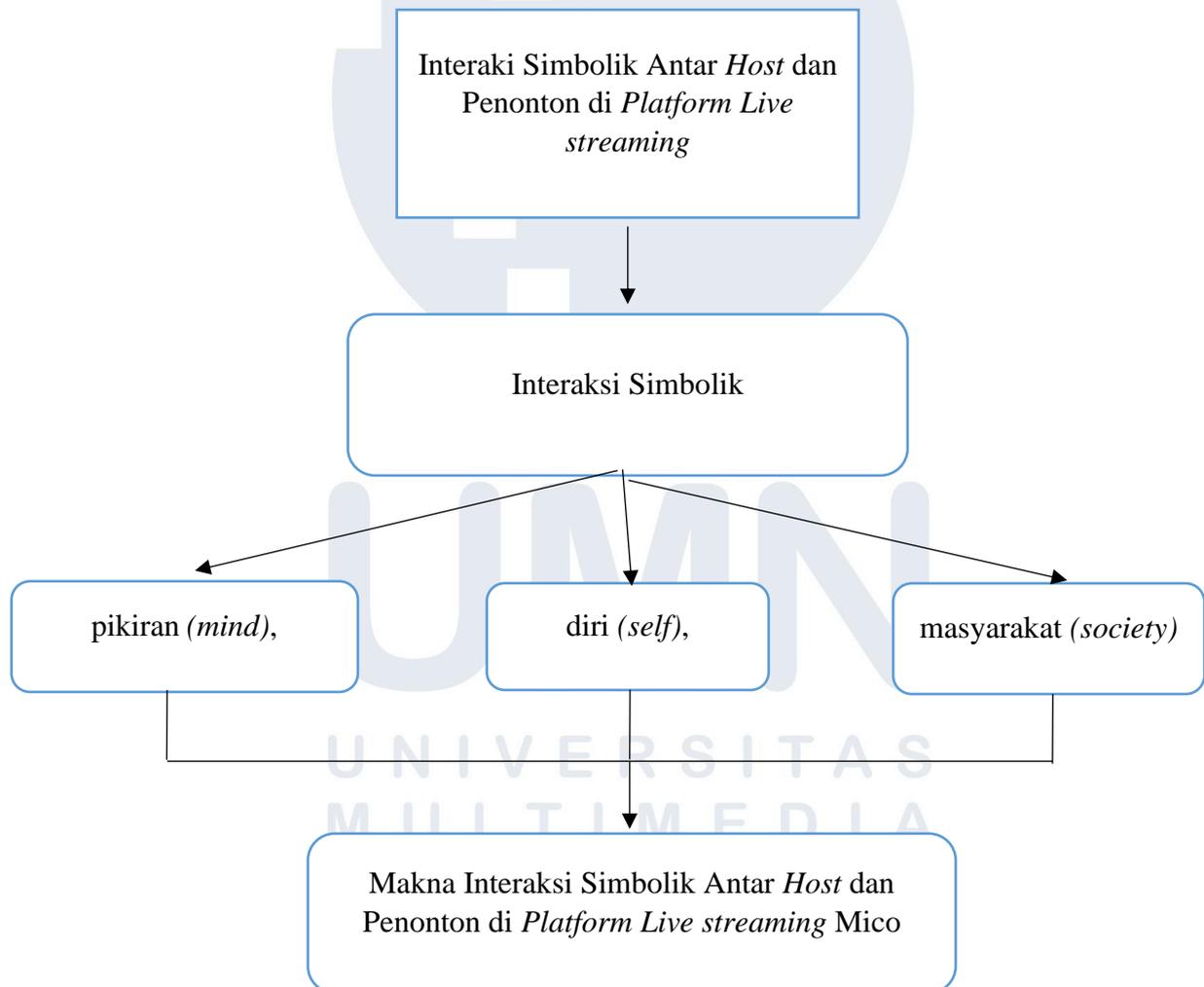
2.2.4 Official Host dan Penonton

Official *host* adalah seseorang yang menyiapkan dan menyiarkan konten secara langsung di aplikasi *live streaming*. *Host* akan bertindak sebagai pembawa acara, dan berinteraksi dengan penonton agar menciptakan daya tarik sehingga penonton akan loyal untuk menontonnya. Terdapat berbagai macam konten yang

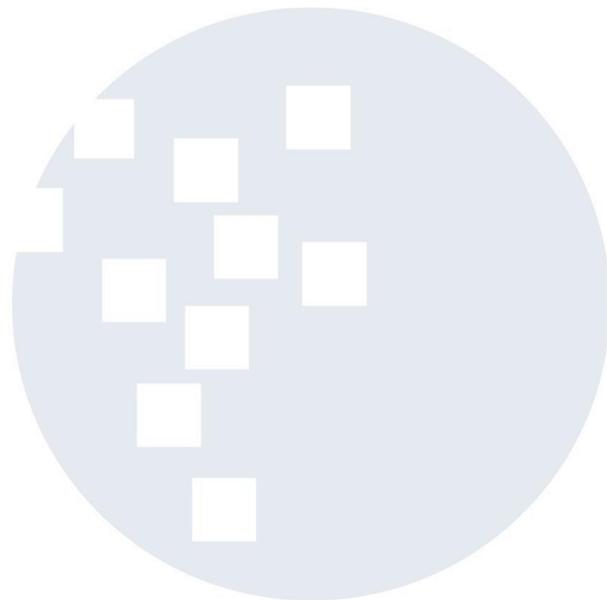
dilakukan oleh *host* seperti menyanyi, menari, main gitar, melakukan tantangan, atau hanya mengobrol dengan penonton.

Sedangkan penonton adalah individu atau kelompok yang menonton siaran langsung. Mereka dapat menggunakan fitur-fitur yang telah disediakan hal ini dapat membantu interaksi antara penonton dengan *host* dalam menciptakan suasana. Penonton mempunyai peran penting dalam mempengaruhi konten yang disiapkan oleh *host*.

2.3 Alur Penelitian



Gambar 2. 1 Alur Penelitian



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA