Analisis Video Comments To Like Ratio Tiktok Pada 5 Brand Mobil Terbaik Dunia

I Dewa Gede Dharma Wira Widnyana

Dewadharma79@gmail.com

ABSTRACT

TikTok is a social media application launched by a Chinese company. TikTok allows users to create 15-second videos accompanied by music, filters, and several other creative features. In Indonesia, there are 30.7 million active users, making Indonesia the country with the largest TikTok users in the world. The large number of active TikTok users in Indonesia can certainly provide an opportunity for brands to make the TikTok platform a social media marketing platform. There are 5 Local Skin Care Brands in Indonesia that use TikTok as a marketing platform, namely: Somethinc, N'Pure, Avoskin, White Lab and Ms Glow. The purpose of this study is to calculate the credibility of the account performance of TikTok 5 Local Skin Care Brands in Indonesia. The method used for this research is quantitative exploratory method. The results of this study indicate that SomeThinc skin care gets the first rank and has good account performance credibility.

ABSTRAK

TikTok merupakan aplikasi sosial media yang diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok. TikTok memungkinkan penggunaanya membuat video berdurasi 15 detik yang disertai dengan musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Di Indonesia terdapat 30,7 juta pengguna yang aktif sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar di dunia. Maraknya jumlah pengguna TikTok yang aktif di Indonesia tentu dapat memberikan peluang bagi brand untuk menjadikan platform TikTok sebagai *platform social media marketing*. Adapun 5 Brand Mobil Dunia yang memanfaatkan TikTok sebagai platform marketing, yaitu :Ferrari,Lamborghini,Mercedes-Benz,Daihatsu,Bugatti. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menghitung kredibilitas dari performa akun TikTok 5 Brand Mobil Terbaik Dunia . Metode yang digunakan untuk penelitian ini yaitu metode eksploratif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mobil Mercedes-benz mendapatkan peringkat pertama dan memiliki kredibilitas performa akun yang baik.

Keyword : Credibility Account TikTok ; Social Media Marketing ; Social Media TikTok ; Video Comments To Like Ratio;Brand mobil Di dunia.

1.Pendahuluan

Media sosial adalah sebuah media online, pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Keberadaan media sosial sebagai jejaring sosial di dunia virtual merupakan salah satu jenis media siber. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang di seluruh dunia. Media sosial juga bisa dimiliki oleh semua orang. Adanya media sosial, hanya butuh hitungan detik untuk menyampaikan pesan kepada seseorang yang ingin dituju. Media sosial merupakan alat dimana kita bisa menulis pesan, merekam video dan mengirimnya secara personal maupun diunggah secara publik dan penerima atau publik pun bisa menerimanya dengan cepat dalam hitungan detik saja. Media sosial bisa mempertemukan orang dari berbeda negara, komunikasi yang dilakukan tanpa perlu bertemu secara langsung, mempertemukan para alumni sekolah yang sudah berpisah kota, sampai meminta bantuan pada publik untuk menemukan orang yang tidak pernah dijumpai lagi. (Agbasiere V, 2018). (Ririn Arifah 2014)

Salah satu media sosial yang sedang ramai digunakan oleh hampir kebanyakan orang saat ini adalah TikTok. Media Sosial TikTok dengan mudah diakses oleh hampir kebanyakan kaum milenial, hanya dengan mengunduh dan membuat akun, mereka sudah bisa memiliki akun di TikTok. Di tengah perkembangan jaman yang sudah modern ini, media sosial sepertinya telah menjadi kebutuhan primer di masyarakat, berdampingan dengan kebutuhan pokok seperti makan dan bekerja maupun belajar. (Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim 2016)

Pada aplikasi Tik Tok, penggunanya dapat membuat video yang berdurasi 15 detik dan 60 detik serta bisa memberikan special effects dan music yang unik dan beragam sehingga penggunanya bias menggunakan fitur-fitur tersebut dengan membuat gaya tarian sendiri sesuai dengan musiknya, hal itu mendorong penggunanya untuk menjadi seorang content creator, banyak juga music yang tadinya tidak terkenal menjadi terkenal karena dipakai sebagai background music di video-video yang di unggah di Tik Tok. Video-video yang dibuat oleh penggunanya juga bisa dibagikan lagi ke aplikasi lain seperti Instagram. Unggahan-unggahan yang terdapat di Tik Tok sangat berbeda dari unggahan-unggahan yang terdapat di media sosial lainnya. Mulai dari unggahan yang berisi curhatan hati seseorang, kata-kata motivasi, terdapat juga unggahan yang megedukasi mengenai pengetahuan umum dan kehidupan sehari-hari. Para content creator juga banyak di endorse oleh online shop untuk mengunggah produk mereka di akun content creator tersebut("Tiktok" 2020)(Akhir, Ii, and Otomotif, n.d.)

TikTok memungkinkan penggunanya membuat video berdurasi 15 detik yang disertai dengan musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Di Indonesia terdapat 30,7 juta pengguna yang aktif sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar di dunia. Maraknya jumlah pengguna TikTok yang aktif di Indonesia tentu dapat memberikan peluang bagi brand untuk menjadikan platform TikTok sebagai *platform social media marketing*. Adapun 5 Brand Mobil Dunia yang memanfaatkan TikTok sebagai platform marketing, yaitu :Ferrari,Lamborghini,Mercedes-Benz,Daihatsu,Bugatti.(5 Brand Mobil Terbaik Di Dunia, n.d.)

2. Tinjauan pustaka

Adanya media sosial, hanya butuh hitungan detik untuk menyampaikan pesan kepada seseorang yang ingin dituju. Media sosial merupakan alat dimana kita bisa menulis pesan, merekam video dan mengirimnya secara personal maupun diunggah secara publik dan penerima atau publik pun bisa menerimanya dengan cepat dalam hitungan detik saja. Media sosial bisa mempertemukan orang dari berbeda negara, komunikasi yang dilakukan tanpa perlu bertemu secara langsung, mempertemukan para alumni sekolah yang sudah berpisah kota, sampai meminta 3 bantuan pada publik untuk menemukan orang yang tidak pernah dijumpai lagi

Salah satu media sosial yang sedang ramai digunakan oleh hampir kebanyakan orang saat ini adalah TikTok. Media Sosial TikTok dengan mudah diakses oleh hampir kebanyakan kaum milenial, hanya dengan mengunduh dan membuat akun, mereka sudah bisa memiliki akun di TikTok. Di tengah perkembangan jaman yang sudah modern ini, media sosial sepertinya telah menjadi kebutuhan primer di masyarakat, berdampingan dengan kebutuhan pokok seperti makan dan bekerja maupun belajar. ("Tiktok" 2020)(Saifuddin Azwar 2007)

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 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. ("Tiktok" 2020)(Carmudi.com, n.d.)

Pada aplikasi Tik Tok, penggunanya dapat membuat video yang berdurasi 15 detik dan 60 detik serta bisa memberikan special effects dan music yang unik dan beragam sehingga penggunanya bias menggunakan fitur-fitur tersebut dengan membuat gaya tarian sendiri sesuai dengan musiknya, hal itu mendorong penggunanya untuk menjadi seorang content creator. Musik-musik yang tersedia juga merupakan musik dari artis terkenal, banyak juga music yang tadinya tidak terkenal menjadi terkenal karena dipakai sebagai background music di video-video yang di unggah di Tik Tok. Video-video yang dibuat oleh penggunanya juga bisa dibagikan lagi ke aplikasi lain seperti Instagram ("Tiktok" 2020)(Tempo.com, n.d.)

3.METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode eksploratif kuantitatif untuk mengetahui kredibilitas dari performa akun TikTok 5 Brand Mobil Terbaik Di Dunia. Penelitian eksploratif merupakan penelitian terhadap permasalahan yang belum pernah dijejaki, belum pernah diteliti orang lain sehingga walaupun dalam “kegelapan” peneliti eksplorasi tetap berusaha menemukan permasalahan yang sedang atau akan di teliti tersebut.

Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui nilai kredibillitas dari performa akun TikTok 5 Brand Mobil Terbaik Di Dunia (Otomotif.com, n.d.). Ada beberapa langkah yang harus dilakukan dalam penelitian ini, sehingga mampu menemukan peringkat pertama akun TikTok Brand Mobil Terbaik Di Dunia yang memiliki performa terbaik. Langkah-langkah yang dilakukan pada penelitian ini, diantaranya yaitu;

1. Melakukan Eksplorasi Pada Website Untuk Menentukan Objek yang Akan Dianalisa.

Eksplorasi ini dilakukan pada beberapa halaman website yang menyediakan informasi mengenai objek yang akan di teliti. Setelah eksplorasi selesai dilakukan, sehingga ditemukan nama-nama brand Brand Mobil Terbaik Di Dunia yang akan dijadikan objek analisa. Setelah melakukan eksplorasi pada halaman website, maka langkah selanjutnya yaitu mencari nama akun TikTok dari masing-masing Brand Mobil Terbaik Di Dunia. Pastikan semua brand memiliki akun pada aplikasi sosial media TikTok.

2. Menghitung Nilai Rata-Rata Variable Dari 5 Brand Skin Care Lokal Terlaris di Indonesia.

Pada langkah ini, peneliti menghitung nilai variable video comments dan variable video views. Secara teoritis variabel adalah atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai "variasi" antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek lainnya (Saifuddin Azwar 2007). Untuk menghitung nilai rata-rata dari variabel Video Comments To Like yaitu dengan cara mengambil minimal 10 postingan kemudian di hitung sehingga menemukan nilai rata-rata dari masing-masing variabel.

3. Menghitung Nilai Kredibilitas Rasio

Untuk menghitung nilai kredibilitas dari Video Comments To Like Ratio, peneliti menggunakan cara membagi nilai variabel pertama dengan nilai variabel kedua. Jika video share memiliki nilai 2.000 dan followers memiliki nilai 8.000, maka cara menghitungnya yaitu $2.000 : 8.000 = 0,25$. Dengan begitu nilai dari Video Comments To Like adalah 0,25

4. Menentukan Peringkat Pada Akun TikTok

Pada langkah terakhir yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menentukan peringkat pada masing-masing rasio yang ada. Pada penentuan peringkat perlu melihat karakteristik dari rasio yang di teliti. Jika karakteristik rasio merupakan rendah, maka objek yang memiliki nilai terendah akan mendapatkan angka 5 dan objek yang memiliki nilai tertinggi akan mendapatkan angka 1. Namun jika rasio memiliki karakteristik tinggi maka objek yang mendapatkan nilai tinggi akan mendapatkan angka 5 dan objek yang mendapatkan nilai terendah akan mendapatkan angka 1. Setelah mendapatkan hasil kredibilitas ratio maka dapat disimpulkan objek yang mana mendapatkan peringkat 1 sampai dengan peringkat 5.

4. Hasil dan pembahasan

1. Lamborghini

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSeYd8g2m/>

2. Mercedes-Benz

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSeYdAD2M/>

3. Bugatti

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSeYdMBMU/>

4. Daihatsu

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSeYd2h4S/>

5.Ferrari

Sumber : <https://vt.tiktok.com/ZSeYdU3wt/>

Dari kelima akun TikTok Top 5 Brand Mobil Terbaik Di Dunia, peneliti menemukan nilai dari masing-masing variabel yang ada untuk menghitung rasio Video.

Video Comments To Like dari setiap akun. Pada akun TikTok terdapat 7 variabel, diantaranya yaitu:

1. Likes
2. Followers
3. Following
4. Video Likes
5. Video Comments
6. Video Share
7. Video Views

Dari ketujuh variabel tersebut peneliti hanya fokus untuk menemukan hasil dari 2 variabel, yaitu:

1. Video share
2. Video View

Dari kedua variabel tersebut kemudian dianalisa sehingga menemukan nilai rata-rata dari variabel Video Comments To Like Ratio. Untuk menghitung nilai rata-rata dari Video Comments To Like Ratio yaitu dengan cara mengambil minimal 10 postingan kemudian di hitung sehingga menemukan nilai rata-rata

dari masing-masing variabel. Berikut merupakan tabel nilai rata-rata dari masing-masing brand fashion termahal di dunia, yaitu

Tabel 1 Analisa rata rata nilai variabel Video Comments To Like Ratio Tiktok Pada akun Brand Mobil Ferarri

Ferrari		
No	Comments	Like
1	132	5515
2	75	5149
3	75	5562
4	32	2679
5	19	2055
6	57	2788
7	27	1554
8	62	2819
9	22	2011
10	399	19.100
Total	90	49.232

Tabel 2 Analisa rata rata nilai variabel Video Comments To Like Ratio Tiktok Pada akun Brand Mobil Mercedes-Benz

Mercedes-Benz		
No	Comments	Like
1	19	543
2	254	6992
3	27	1086
4	40	1085
5	47	2478
6	111	3446
7	106	3130
8	87	5519
9	340	11.900
10	153	3794
Total	118,4	39.973

Tabel 3 Analisa rata rata nilai variabel Video Comments To Like Ratio Tiktok Pada akun Brand Mobil Bugatti

BUGATTI		
No	Comments	Like
1	38	1744
2	26	1868
3	34	1070
4	91	7862
5	38	989
6	20	900
7	5	878
8	72	1935
9	39	807
10	25	840
Total	38,8	18.893

Tabel 4 Analisa rata rata nilai variabel Video Comments To Like Ratio Tiktok Pada akun Brand Mobil Daihatsu

Daihatsu		
No	Comments	Like
1	2	63
2	2	243
3	111	1
4	23	3335
5	3	55
6	41	9564
7	10	383
8	1	220
9	489	55.000
10	384	46.600
Total	106,6	115.464

Tabel 5 Analisa rata rata nilai variabel Video Comments To Like Ratio Tiktok Pada akun Brand Mobil Lamborghini

LAMBORGHINI		
No	Comments	Like
1	130	16.200
2	1011	160.300
3	2016	241.700
4	269	20.200
5	231	16.900
6	339	50.400
7	251	40.800
8	561	40.300
9	6502	415.300
10	2207	132.300
Total	1351,7	1.134.400

Tabel 6.nilai masing masing variable

Total Like	
Ferrari	49.232
Mercedes-Benz	39.973
Bugatti	18893
Lamborghini	1.134.400
Daihatsu	115.464

Rata-Rata Comments	
Ferrari	90
Mercedes-Benz	118,4
Bugatti	38,8
Lamborghini	1351,7
Daihatsu	106,6

Tabel 7. Hasil perhitungan Rasio Akun tiktok dan Nilai rasio

Ratio Video Comments To Likes					
Nama	Rata-Rata	Likes	Total	Karakteristik	Peringkat
Ferrari	90	49.232	0,001828079	Tinggi	3
Mercedes-Benz	118,4	39.973	0,002961999	Tinggi	1
Bugatti	38,8	18.893	0,002053671	Tinggi	2
Lamborghini	1351,7	1.134.400	0,001191555	Tinggi	4
Daihatsu	106,6	115.464	0,000923231	Tinggi	5

Kesimpulan yang didapat dari Video Comments To Like Ratio adalah:

Pertama		Mercedes-Benz
Kedua		Bugatti
Ketiga		Ferrari
Keempat		Lamborghini
Kelima		Daihatsu

Daftar Pustaka

5 Brand Mobil Terbaik Di Dunia. n.d. "5 Brand Mobil Terbaik Di Dunia."

<https://www.idntimes.com/automotive/car/dwi-agustiar/daftar-ferrari-mobil-termahal-di-dunia-hjk/5>.

Akhir, Tugas, B A B li, and Industri Otomotif. n.d. "Henry Ford," 12–31.

Carmudi.com. n.d. "Https://Www.Carmudi.Co.Id/Mobilbaru/Merek/."

Otomotif.com. n.d. "Https://Www.Oto.Com/Mobil-Baru/Brosur."

Ririn Arifah. 2014. "Mobil," 634. <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBSA-Beslenme-Yayini.pdf>.

Saifuddin Azwar. 2007. "Metodologi Penelitian," no. i: 16–28.

Tempo.com, Otomotif. n.d. "Https://Otomotif.Tempo.Co/Read/1473226/10-Merek-Mobil-Terlaris-Pada-Mei-2021-Toyota-Teratas."

Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, Riski Sulistiarini. 2016. "濟無No Title No Title No Title."
Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur, no. April: 5–24.

"Tiktok." 2020, 1–10.