Analisis Video Views to Likes Ratio Tiktok Pada 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia

I Putu Mellana Ari Artawan

ariartawany@gmail.com

ABSTRAK

TikTok is a social media application launched by the company from China. TikTok allows users to make 15 seconds videos accompanied by music, filters, and some other creative features. In Indonesia there are 30.7 million active users, making Indonesia a country with the largest tiktok user in the world. The rise of the number of active TICTOK users in Indonesia can certainly provide opportunities for brands to make the Tiktok platform a social media marketing platform. The 7 HP brand in Indonesia that utilizes Tiktok as a marketing platform, namely: Samsung Indonesia, Xiaomi Indonesia, Oppo Indonesia, iPhone, Asus Indonesia, Lenovo Indonesia, Huawei Mobile Indonesia. The purpose of this study is to calculate the credibility of the performance of TICTOK Top 7 Brand HP in Indonesia. The method used for this study is a quantitative exploratory method. The results of this study indicate that Xiaomi Indonesia smartphone vendors get first ranked and have the credibility of the best performance of the account among all the top 7 HP brands in Indonesia.

ABSTRAK

TikTok merupakan aplikasi sosial media yang diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok. 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 7 Brand HP di Indonesia yang memanfaatkan TikTok sebagai platform marketing, yaitu : Samsung Indonesia, Xiaomi Indonesia, Oppo Indonesia, iPhone, ASUS Indonesia, Lenovo Indonesia, Huawei Mobile Indonesia. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menghitung kredibilitas dari performa akun TikTok Top 7 Brand HP di Indonesia. Metode yang digunakan untuk penelitian ini yaitu metode eksploratif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa vendor smartphone Xiaomi Indonesia mendapatkan peringkat pertama dan memiliki kredibilitas performa akun yang paling baik di antara semua top 7 brand HP di Indonesia.

Keyword : eksploratif kuantitatif, kredibilitas dari performa akun TikTok, kredibilitas Video Views to Likes Ratio, tiktok.

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat manusia menghasilkan wujud baru dalam metode berbicara dan berhubungan lewat media sosial. bersosialisasi dapat dilakukan melalui berbagai aplikasi media sosial di dunia maya, sehingga bisa berkomunikasi tanpa perlu bertemu secara langsung. Disaat ini dalam tiap kegiatan bersosialisasi harian selalu menggunakan media sosial sebagai jalur berkomunikasi.

Media sosial saat ini bukan hanya untuk chatting dan teleponan, sudah banyak jenis media sosial yang memiliki keunikan dan pasar masing-masing. Saat ini aplikasi tiktok adalah salah satu aplikasi media sosial yang sedang trend dan disukai oleh berbagai kalangan muda hingga tua. TikTok ialah aplikasi yang diluncurkan oleh industri asal Cina. TikTok membolehkan penggunanya membuat video berdurasi 15 detik yang diiringi dengan musik, filter, serta sebagian fitur kreatif yang lain (Adawiyah, 2020).

Sebuah brand dan branding pemiliknya dapat terbentuk di media sosial salah satunya ialah TikTok (Ishihara & Oktavianti, 2021). Di Indonesia, ada 30, 7 juta pengguna TikTok yang aktif sehingga menjadikan Indonesia selaku negeri dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia. Maraknya jumlah pengguna TikTok aktif di Indonesia pasti bisa membagikan kesempatan untuk brand buat menjadikan platform ini selaku platform social media marketing. Oleh sebab itu aplikasi tiktok lumayan banyak menjadikan sebagai media marketing oleh perusahaan-perusahaan populer, contohnya seperti brand smartphone di Indonesia. Adapun 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia, diantaranya yaitu : Samsung Indonesia, Xiaomi Indonesia, Oppo Indonesia, iPhone, ASUS Indonesia, Lenovo Indonesia, Huawei Mobile Indonesia (*7 Brand HP Yang Kuasai Pasar Indonesia, Banyak Yang Punya*, n.d.).

Penelitian ini menggunakan metode eksploratif kuantitatif, dan akan menghitung menggunakan rasio-rasio yang ada pada TikTok. Pada penelitian(Permana & Meinarni, 2021) menjelaskan bahwa terdapat 17 rasio yang ada pada sosial media TikTok dan relevan digunakan sebagai media ukur kredibilitas akun yang ada. Penelitian ini hanya berfokus untuk menghitung kredibilitas Video Views to Likes Ratio pada 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia. Adapun 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia, diantaranya yaitu : Samsung Indonesia, Xiaomi Indonesia, Oppo Indonesia, iPhone, ASUS Indonesia, Lenovo Indonesia, Huawei Mobile Indonesia (*7 Brand HP Yang Kuasai Pasar Indonesia, Banyak Yang Punya*, n.d.)). Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kredibilitas performa dari akun TikTok 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia menggunakan Video Views to Likes Ratio.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Saat ini media sosial memberikan kebebasan bagi pengguna untuk memposting konten yang diinginkan. Berbagai aplikasi media sosial populer dan memiliki fasilitas dan kriteria yang berbeda. Dari sekian banyak aplikasi media sosial, TikTok merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan. Pada kuartal pertama (Q1) 2018 media sosial populer seperti, YouTube, Whatsapp, Facebook Messenger, dan Instagram berhasil dikalahkan oleh TikTok dari segi jumlah banyak diunduh yakni sebanyak 45,8 juta kali (Yohana Noni Bulele, 2020). Aplikasi TikTok adalah sebuah media sosial dan platform untuk video musik dari Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Semua pengguna media sosial tiktok dapat mengakses konten berupa video musik dengan durasi singkat yang di unggah oleh sesama pengguna. TikTok merupakan media sosial yang memiliki pengguna aktif cukup banyak. Pengguna media sosial TikTok tidak hanya dari kalangan

milennial tetapi juga dari perusahaan, organisasi dan pemerintah yang menggunakan media sosial sebagai lapak promosi atau memberikan informasi.

Di Indonesia pengguna TikTok menunjukan antusiasme yang sangat massif khususnya dikalangan anak muda. Banyak orang yang dipuji dan dikenal melalui media sosial TikTok sehingga banyak penggunaan TikTok di Indonesia berlomba-lomba membangun identitas demi mendapatkan citra yang diinginkan (Wijaya & Mashud, n.d.). sejak diluncurkan tahun 2016 aplikasi TikTok semakin terkenal. Bahkan TikTok telah mencetak berbagai macam prestasi, salah satunya yaitu menyalip pendapatan iklan digital di negaranya yaitu pendapat Google China, Patis (Yohana Noni Bulele, 2020).

Aplikasi media sosial TikTok saat ini semakin diminati, sehingga mereka merasa memiliki kekuatan atau pengaruh di industri dengan kualitas akun yang menentukan tingkat dan kredibilitas pemilik akun. Kredibilitas sebuah akun merupakan hal yang penting untuk berbagai keperluan. Kredibilitas dapat diukur dengan kinerja suatu akun yang dapat diukur secara sistematis. Dalam mengukur kinerja diperlukan suatu skala pengukuran yang dinyatakan dalam rasio-rasio. Menurut Sarwono (Mulyadi, 2011), berbagai macam skala pengukuran, yaitu: skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio. Skala pengukuran akan menghasilkan data berupa rasio.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode eksploratif kuantitatif untuk mengetahui kredibilitas dari performa akun TikTok 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia Mei 2019. penelitian eksploratif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggali secara luas tentang sebab-sebab atau hal-hal yang mempengaruhi terjadinya sesuatu (Arikunto, 2006) . Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui nilai kredibilitas dari performa akun TikTok 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia Mei 2019. Ada beberapa langkah yang harus dilakukan dalam penelitian ini, sehingga mampu menemukan peringkat pertama akun TikTok Brand HP di Indonesia 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 sebuah halaman website yang menyediakan informasi mengenai objek yang akan diteliti. jika sudah menemukan website yang menyediakan informasi mengenai objek yang akan dianalisa yaitu nama-nama Brand HP di Indonesia. Kemudian kita mencari akun tiktok dari nama-nama brand yang sudah ditemukan dan Pastikan semua brand memiliki akun pada aplikasi sosial media TikTok.

2. Menghitung Nilai Rata-Rata Variable Dari Top 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia.

Pada langkah ini, peneliti menghitung nilai variable video views dan variabel likes. Variabel adalah ubahan yang memiliki variasi nilai. Ubahan disini ialah konsep abstrak yang telah diubah dengan menyebutkan dimensi tertentu yang dapat diukur. (Tampi, 2014). Untuk menghitung nilai rata-rata dari variabel video views dan variabel likes yaitu dengan cara mengambil 10 postingan terbaru ataupun kurang jika tidak ada, kemudian di hitung sehingga menemukan nilai rata-rata dari masing-masing variabel.

Gambar 1. Analisa Nilai Rata-Rata Variable

3. Menghitung Nilai Kredibilitas Rasio

Untuk menghitung nilai kredibilitas dari video views to likes ratio, peneliti menggunakan cara membagi nilai variabel pertama dengan nilai variabel kedua. Jika video views memiliki nilai 200 dan likes memiliki nilai 500, maka carameng hitungnya yaitu $200 : 500 = 0,4$. Dengan begitu nilai dari video views to likes ratio adalah 0,4.

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 7 dan objek yang memiliki nilai tertinggi akan mendapatkan angka 1. Namun jika rasio memiliki karakteritik tinggi maka objek yang mendapatkan nilai tinggi akan mendapatkan angka 7 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 7.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun TikTok dari 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia Mei 2019, diantaranya :

a. Samsung Indonesia

Gambar 1. Akun TikTok Samsung Indonesia

Sumber : <https://www.tiktok.com/@samsungindonesia> (akses pada 10-14-2021)

b. Xiaomi Indonesia

Gambar 2. Akun TikTok Xiaomi Indonesia

Sumber : <https://www.tiktok.com/@xiaomi.indonesia> (akses pada 10-14-2021)

c. Oppo Indonesia

Gambar 3. Akun TikTok Oppo Indonesia

Sumber : <https://www.tiktok.com/@oppoindonesia> (akses pada 10-14-2021)

d. Asus Indonesia

Gambar 4. Akun Tiktok Asus Indonesia

Sumber : <https://www.tiktok.com/@asus.id> (akses pada 10-14-2021)

e. **Huawei Mobile Indonesia**

Gambar 5. Akun TikTok Huawei Mobile Indonesia

Sumber : <https://www.tiktok.com/@huaweimobileid> (akses pada 10-14-2021)

f. **Lenovo Indonesia**

Gambar 6. Akun TikTok Lenovo Indonesia

Sumber : https://www.tiktok.com/@lenovo_id (akses pada 10-14-2021)

g. **Apple**

Gambar 7. Akun TikTok Apple

Sumber : <https://www.tiktok.com/@apple> (akses pada 10-14-2021)

Dari ketujuh akun TikTok 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia Mei 2019, peneliti menemukan nilai dari masing-masing variabel yang ada untuk menghitung rasio Video Views to Likes dari setiap akun. Pada akun TikTok terdapat 7 variabel, diantaranya yaitu :

1. Likes
2. Followers
3. Following
4. Video Likes

5. Video views
6. Video Share
7. Video Views

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

1. Video Views
2. Likes

Dari kedua variabel tersebut kemudian dianalisa sehingga menemukan nilai rata-rata dari variabel video views dan jumlah variable likes. Untuk menghitung nilai rata-rata dari variabel video views yaitu dengan cara mengambil 10 postingan atau kurang jika memang postingan tidak sampai 10 kemudian di hitung sehingga menemukan nilai rata-rata dari variabel video views. Berikut merupakan tabel nilai rata-rata dari masing-masing brand smartphone di Indonesia, yaitu :

Tabel 1. Analisa Nilai Rata-Rata Nilai Variabel Video Views Akun TikTok Samsung Indonesia

No	Video Views
1	167
2	625
3	3,500,000
4	1,259
5	2,206
6	3,600,000
7	3,600,000
8	3,700,000
9	2,404
10	3,700,000
Rata-rata	1,810,666

Sumber : Pengolah Data Excel

Tabel 2. Analisa Nilai Rata-Rata Nilai Variabel Video Views Akun TikTok Xiomi Indonesia

No	Video Views
1	1,579
2	144,600
3	2,265
4	294,300
5	59,600
6	2,420
7	2,272
8	153,400
9	2,627
10	2,711
Rata-rata	66,577

Sumber : Pengolah Data Excel

Tabel 3. Analisa Nilai Rata-Rata Nilai Variabel Video Views Akun TikTok Oppo Indonesia

No	Video Views
1	3,152
2	3,700,000
3	8,622
4	14,200
5	5,107
6	10,000
7	7,316
8	10,500
9	2,300,000
10	2,300,000
Rata-rata	835,890

Sumber : Pengolah Data Excel

Sumber : Pengolah Data Excel**Tabel 4.** Analisa Nilai Rata-Rata Nilai Variabel Video Views Akun TikTok Asus Indonesia

No	Video Views
1	2,494
2	2,960
3	3,689
4	4,117
5	4,828
6	4,115
7	3,361
8	2,835
9	3,567
10	5,282
Rata-rata	3,725

Sumber : Pengolah Data Excel

Tabel 5. Analisa Rata-Rata Nilai Variabel Video Views Akun TikTok Huawei Mobile Indonesia

No	Video Views
1	288
2	475
3	703
4	14,200,000
5	7,400,000
6	775
7	3,196
8	2,118
9	2,065
10	1,337
Rata-rata	2,161,096

Sumber : Pengolah Data Excel

Tabel 6. Analisa Rata-Rata Nilai Variabel Video Views Akun TikTok Lenovo Indonesia

No	Video Views
1	1,493
2	2,513
3	148,700
Rata-rata	50,902

Sumber : Pengolah Data Excel

Tabel 7. Analisa Rata-Rata Nilai Variabel Video Views Akun TikTok Apple

No	Video Views
1	1,493
2	2,513
3	148,700
Rata-rata	50,902

Sumber : Pengolah Data Excel

Setelah menghitung nilai rata-rata tersebut, maka akan menemukan hasil akhir nilai rata-rata dari variabel video views dan jumlah variable likes

Tabel 8. Nilai Variabel Pada Akun TikTok 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia Mei 2019

Nama Brand HP	Vidio Views	Likes
Samsung Indonesia	1,810,666	880,300
Xiaomi Indonesia	66,577	3,500,000
Oppo Indonesia	835,890	2,300,000
ASUS Indonesia	3,725	3,518
Huawei mobile indonesia	2,161,096	295,400
Lenovo Indonesia	50,902	5,889
apple	430,311	2,600,000

Sumber : Pengolah Data Excel

Pada akun TikTok terdapat 17 rasio yang relevan digunakan untuk mengukur kredibilitas pada masing-masing akun. Namun pada penelitian kali ini hanya berfokus untuk menghitung Video Views to Likes Ratio . Untuk menghitung kredibilitas dari masing-masing akun TikTok setiap brand smartphone, peneliti menghitung dengan cara : variabel 1 akan dibagi dengan variabel 2, sehingga ditemukan hasil analisa dari rasio tersebut.

Tabel 9. Hasil Perhitungan Rasio Akun TikTok

Nama Brand HP	Ratio
Samsung Indonesia	2.056873907
Xiaomi Indonesia	0.019022114
Oppo Indonesia	0.363430304
ASUS Indonesia	1.0587834
Huawei mobile indonesia	7.315828368
Lenovo Indonesia	8.643572763
apple	0.165504423

Sumber : Pengolah Data Excel

Video Views To Likes Ratio memiliki karakteristik yang rendah, artinya semakin rendah nilai yang dihasilkan maka semakin baik kredibilitas dari performa akun tersebut. Untuk memberikan peringkat pada masing-masing Brand Smartphone, peneliti memberikan angka 7 kepada brand yang mendapatkan nilai terendah dan angka 1 untuk brand smartphone yang mendapatkan nilai tertinggi. Berikut merupakan tabel urutan nilai yang dihasilkan oleh masing-masing brand smartphone.

Tabel 10. Nilai Rasio Akun TikTok Top 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia Mei 2019

Nama Brand HP	Nilai
Samsung Indonesia	3
Xiaomi Indonesia	7
Oppo Indonesia	5
ASUS Indonesia	4
Huawei mobile indonesia	2
Lenovo Indonesia	1
apple	6

Sumber : Pengolah Data Excel

Dari Tabel Nilai Rasio Akun TikTok 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia Mei 2019 dapat disimpulkan bahwa Xiaomi Indonesia mendapatkan nilai terendah untuk rasio Video Views to Likes. Sedangkan akun TikTok Lenovo Indonesia mendapatkan nilai tertinggi untuk rasio ini. Jadi, pada penelitian ini Xiaomi Indonesia memiliki kredibilitas performa yang lebih baik dibandingkan dengan brand smartphone yang lainnya.

5. KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kredibilitas performa dari akun TikTok 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia Mei 2019 menggunakan Video Views to Likes Ratio. Top 7 Brand Smartphone tersebut diantaranya : Samsung Indonesia, Xiaomi Indonesia, Oppo Indonesia, Asus Indonesia, Huawei Mobile Indonesia, Lenovo Indonesia, dan Apple. Dari ketujuh brand smartphone tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Peringkat pertama diraih oleh brand Xiaomi Indonesia dengan nilai terendah yaitu 0.01902211
2. Peringkat kedua diraih oleh brand Apple dengan nilai 0.16550442
3. Peringkat ketiga diraih oleh brand Oppo Indonesia dengan nilai 0.36343030
4. Peringkat keempat diraih oleh brand Asus Indonesia dengan nilai 1.05878340
5. Peringkat kelima diraih oleh brand Samsung Indonesia dengan nilai terendah yaitu 2.05687391
6. Peringkat ke-enam diraih oleh brand Huawei Mobile Indonesia dengan nilai terendah yaitu 7.31582837
7. Peringkat ketujuh diraih oleh brand Lenovo Indonesia dengan nilai tertinggi yaitu 8.64357276

DAFTAR PUSTAKA

- 7 Brand HP yang Kuasai Pasar Indonesia, Banyak yang Punya. (n.d.). Retrieved October 27, 2021, from <https://www.idntimes.com/tech/gadget/nena-zakiah-1/brand-smartphone-yang-menguasai-market-indonesia/7>
- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Ishihara, Y. Y. U., & Oktavianti, R. (2021). Personal Branding Influencer di Media Sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1), 76–82. <https://doi.org/10.24912/KN.V5I1.10162>
- Mulyadi, M. (2011). PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA PEMIKIRAN DASAR MENGGABUNGKANNYA. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128–137. <https://doi.org/10.31445/JSKM.2011.150106>
- Permana, I. P. H., & Meinarni, N. P. S. (2021). Ratio Analysis on Tiktok (Social Media) for Qualitative Research Using Explorative Methods. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 8(1), 30–38. <https://doi.org/10.22225/JJ.8.1.2944.30-38>
- Tampi, B. J. (2014). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI TERRHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA,TBK (REGIONAL SALES MANADO). *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 3(4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/6228>
- Wijaya, M. H. D., & Mashud, M. (n.d.). Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar: Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok. *Core.Ac.Uk*, 3, 2599–2473. <https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>
- Yohana Noni Bulele. (2020). *ANALISIS FENOMENA SOSIAL MEDIA DAN KAUM MILENIAL: STUDI KASUS TIKTOK* / *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*. Convergence on Business, Social Sciences and Innovation Technology. <https://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit/article/view/1463>