

Reception Of Followers Towards Books Review Content As Digital Promotion Media (Case Study From Tiktok Social Media Account @raniadevina)

Resepsi *Followers* Terhadap Konten *Book Review* Sebagai Media Promosi Digital (Studi Kasus Media Sosial Tiktok Akun @raniadevina)

Natasha Mutiara Amaliya¹, Jeihan Nabila¹

¹Universitas negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: mutiaranatasha2@gmail.com

Abstract

This research aims to describe how followers receive book review content as a digital promotional medium (case study of the TikTok social media account @raniadevina). This research was conducted using qualitative research methods with a case study type of research. Data was collected through in-depth interviews with followers of the TikTok account @raniadevina. The theory used in this research is the AISAS theory, which emphasizes the flow of consumer behavior in the digital era. Based on research results, book review content on Tiktok social media can be an effective digital promotional medium if it is presented in a way that is interesting and relevant to the target audience. The TikTok account @raniadevina has succeeded in building strong connections with followers through quality book review content, thus being able to influence its followers' book purchasing decisions.

Keywords: *Followers reception, book review content, digital promotion media*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©20xx by author.

Introduction

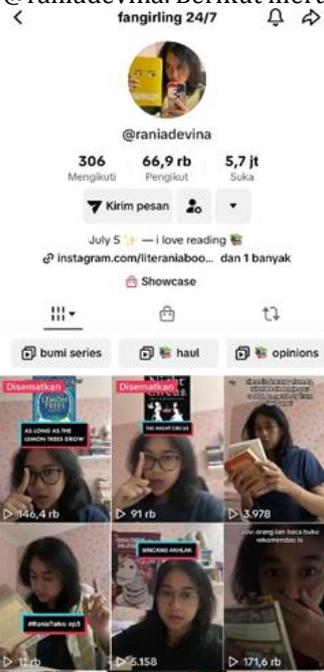
Teknologi informasi adalah sekumpulan sumber daya informasi yang mencakup perangkat keras dan perangkat lunak untuk melakukan suatu tugas pemrosesan data seperti mengumpulkan, mengirim, menyimpan, mengambil dan menampilkan data untuk menghasilkan data yang berkualitas tinggi kemudian mendistribusikan data tersebut untuk tujuan tertentu, Alter (2018).

Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan perilaku pada masyarakat. Pada era digital masyarakat dapat dengan mudah untuk mendapatkan informasi, berinteraksi bahkan dalam hal berbelanja. Perkembangan teknologi ini membuat perubahan pada masyarakat dimana mereka lebih menyukai segala sesuatu yang praktis tetapi tetap informatif. Perubahan inilah yang dimanfaatkan oleh banyak pihak salah satunya adalah perusahaan sebagai bentuk inovasi dalam hal strategi pemasaran. Promosi digital menjadi salah satu media promosi yang sering digunakan oleh pelaku usaha dalam mengikuti arus digitalisasi. Yasmin et al. (2015) mengatakan bahwa pemasaran yang dilakukan secara digital dinilai lebih efektif serta efisien dibandingkan dengan pemasaran secara tradisional.

Media promosi secara digital baik dari segi promosi maupun pemesanan dari konsumen. Salah satu media promosi digital yang sangat digandrungi oleh pelaku bisnis maupun pembeli adalah menggunakan media sosial. Media sosial menjadi tren dalam melakukan promosi secara digital, berbagai aplikasi dimanfaatkan pelaku bisnis dalam mempromosikan produknya. Salah satu aplikasi yang menjadi pilihan adalah Tiktok. Tiktok telah menjadi fenomena yang menarik bagi masyarakat Indonesia, terutama mahasiswa yang suka membuat dan menonton video pendek. Aplikasi Tiktok merupakan sebuah platform media sosial yang didukung dengan video, musik, text, filter dan fitur lainnya. Berkembangnya aplikasi Tiktok ini dibuat agar semua orang atau masyarakat luas bisa mengembangkan pemikiran kreatif sebagai bentuk revolusi konten. Aplikasi Tiktok di klaim sebagai wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para online *content creators* diseluruh dunia (Putri & Astutik, 2021). Media sosial Tiktok tidak hanya digunakan untuk hiburan saja, melainkan juga dapat digunakan sebagai media promosi dengan

kemajuan teknologi, media sosial telah menjadi salah satu alat utama dalam promosi produk dan jasa, termasuk dalam dunia literasi.

Pada penelitian ini, peneliti fokus pada salah satu akun *content creator* yang menjadikan Tiktok sebagai media promosi dengan konten *book review* adalah @raniadevina. Berikut merupakan profil kanal Tiktok @raniadevina.



Gambar 1. profil Akun Tiktok @raniadevina
(Sumber: Akun Tiktok @raniadevina)

Dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan, akun Tiktok @raniadevina menyajikan video yang sangat informatif dengan konsep *book review*. Akun @raniadevina mengkhususkan diri dalam dunia *book review*. Dalam setiap videonya, ia mengklasifikasikan buku-buku yang di *review* ke dalam beberapa kategori, seperti fiksi, non-fiksi, buku *self-improvement*, dan novel klasik. Kesuksesan konten yang di unggah oleh akun @raniadevina dapat dilihat dari konten-konten *review* buku miliknya yang memiliki *viewers* jutaan. Salah satu konten *review* memiliki *views* jutaan adalah konten *review* buku berjudul *cantik itu luka* dengan 2,2 juta *viewers*, lalu juga ada *review* buku kita pergi hari ini dengan 1,5 *viewers*.

Melalui pendekatan yang informatif dan menghibur, akun @raniadevina tidak hanya merekomendasikan buku-buku terbaru, tetapi juga menggali tema, karakter, dan pesan yang terkandung dalam setiap karya. Akun @raniadevina rutin membuat video *book review* dengan berbagai genre buku agar dapat menjangkau berbagai penonton, sebagian besar pengguna aplikasi Tiktok di Indonesia didominasi oleh Gen Z yang berada pada rentang usia 18 hingga 24 tahun. Tiktok ini banyak disukai oleh Gen Z karena aplikasi ini memiliki keunikan yang berbeda dan tidak dimiliki oleh media sosial lainnya (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Konten *book review* yang di unggah oleh akun @raniadevina tentunya memberikan dorongan minat dari *followers*nya untuk ikut membeli dan membaca buku tersebut. Konten *book review* merupakan cara promosi baru pada metode *marketing* (Sugiharto, 2019), karena menciptakan tren kreatif untuk meningkatkan penjualan menggunakan cara dan teknik yang kreatif dan inovatif.

Tiktok memiliki berbagai macam fitur yang sangat mendukung untuk melakukan kegiatan promosi secara digital, akun pengguna yang rutin melakukan promosi dan *review* seperti akun @raniadevina juga akan mendapat keuntungan lainnya seperti yang sering disebut dengan Tiktok *affiliate*. Program ini memberikan keuntungan pada penggunanya dengan mendapatkan komisi dari produk yang ia promosikan. Tiktok *affiliate* bekerja dengan cara pengguna Tiktok harus mendaftar menjadi afiliasi melalui program Tiktok *Affiliate* atau platform afiliasi yang terintegrasi dengan Tiktok. Setelah bergabung pengguna dapat memilih jenis produk yang akan ia promosikan, agar produk tersebut menarik perhatian penonton maka pengguna harus membuat konten yang menarik terkait dengan produk tersebut. Jika produk tersebut dibeli oleh penonton maka pengguna akan mendapatkan komisi dari hasil penjualan tersebut.

Dibalik banyaknya keuntungan yang didapatkan dari melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial Tiktok tak dapat dipungkiri akan adanya tantangan yang dihadapi seperti, akun @raniadevina dituntut dapat membuat konten yang menarik dalam melakukan promosi karena persaingan dengan akun Tiktok lain yang ketat.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk membahas sejauh mana resepsi *followers* terhadap konten *book review* sebagai media promosi digital pada akun @raniadevina. Untuk melihat hal tersebut, peneliti ingin mengkaji lebih dalam tentang “resepsi *followers* terhadap konten *book review* sebagai media promosi digital (studi kasus media sosial Tiktok akun @raniadevina)”.

Method

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dimana dalam skripsi ini mendeskripsikan bagaimana resepsi *followers* terhadap konten *book review* pada media sosial Tiktok akun @raniadevina. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan *followers* akun @raniadevina dan dokumentasi guna mendukung data penelitian. Informan pada penelitian ini dipilih melalui *purposive sampling* dengan menetapkan kriteria seperti pengguna aktif media sosial Tiktok, sudah mengikuti akun @raniadevina, merupakan Gen Z dengan umur 8 sampai dengan 24 tahun, dan pernah membeli buku yang telah di *review* oleh @raniadevina. Pengabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Perolehan sumber data dilakukan dengan wawancara bersama informan yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

Results and Discussion

Akun @raniadevina merupakan akun media sosial dari aplikasi Tiktok dengan unggahan video pertama pada juli tahun 2020. hingga saat ini akun @raniadevina sudah mengunggah konten Tiktok sebanyak 584 video dengan pengikut sebanyak 66,700 ribu akun Tiktok

1. Resepsi *Followers* Terhadap Konten *Book Review* Yang Diunggah Oleh Akun Tiktok @raniadevina Sebagai Media Promosi Digital

Resepsi merupakan pendekatan yang akan mempelajari tentang bagaimana khalayak dapat memaknai pesan yang telah disampaikan melalui sebuah media (Berahim et al., 2022). Membuat konten *book review* di media sosial Tiktok menjadi cara yang paling terkini untuk berbagi pengetahuan serta wawasan mengenai sebuah buku dengan penonton di platform media sosial Tiktok (Basarah dan Romaria, 2020). Tiktok dengan format video pendeknya membuat penonton yang melihat video tersebut tidak merasa bosan karena video yang ditampilkan hanya berdurasi 1-5 menit, ditambah dengan tampilan yang menarik diiringi dengan audio, editing, serta kolom komentar.

Berdasarkan hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa terkait resepsi yang diterima *followers* terhadap konten *book review* yang diunggah oleh akun @raniadevina berhasil membangun resepsi positif pada *followers*nya. Tiga dari lima informan yang diwawancarai mengungkapkan preferensi mereka terhadap konten *book review* dari akun @raniadevina. Mereka menyukai beberapa aspek penting yang membuat konten tersebut menarik bagi mereka, seperti gaya penyampaian yang santai dan menyenangkan dari @raniadevina menjadi daya tarik utama bagi para informan. Hal ini membuat konten *book review* tidak terasa kaku atau membosankan, sehingga mudah diikuti dan dinikmati. Gaya bahasa yang digunakan tidak kaku dan mudah dipahami, menciptakan kesan akrab antara @raniadevina dan *followers*. Dua informan lainnya merasa yakin membeli buku setelah mereka melihat *review* dari akun @raniadevina karena sesuai dengan hobi dan diyakinkan dengan cara penyampaian dari akun @raniadevina. Keyakinan ini muncul karena faktor utama yaitu, kesesuaian dengan hobi mereka. *Review* dari akun @raniadevina mampu meyakinkan para informan karena buku yang diulas sesuai dengan genre yang mereka sukai. Hal ini menunjukkan bahwa akun @raniadevina memiliki pemahaman yang baik tentang target audiensnya dan mampu memilih buku-buku yang relevan dengan minat mereka.

2. Penggunaan bahasa, visual, dan musik dalam konten *book review* mempengaruhi daya tarik konten bagi *followers*

Bahasa yang santai menciptakan kesan akrab dan tidak kaku, sehingga penonton merasa seperti sedang mendengarkan cerita dari teman, bukan pakar yang menggurui. Bahasa yang mudah dipahami juga memastikan pesan yang ingin disampaikan akun @raniadevina tersampaikan dengan baik kepada penonton yang lebih luas. Penggunaan bahasa memegang peranan krusial dalam memikat perhatian *followers* di platform media sosial Tiktok. Bahasa bukan sekadar alat komunikasi, namun juga jembatan yang menghubungkan akun @raniadevina dengan *followers*. Pemanfaatan bahasa yang tepat dapat menjelma menjadi magnet yang menarik perhatian, membangun koneksi yang lebih dalam, dan mendorong interaksi yang lebih tinggi.

Sejalan dengan bahasa yang digunakan, kemampuan bercerita juga menjadi poin berpengaruh dalam daya pikat konten. *Storytelling* adalah teknik bercerita yang kuat untuk menarik perhatian dan emosi pendengar. Dalam konteks *review* buku, *storytelling* membantu membuat informasi tentang buku lebih hidup dan menarik. Akun @raniadevina tidak hanya membaca sinopsis, tetapi juga merangkai informasi menjadi cerita yang membuat penonton penasaran dan ingin tahu lebih lanjut tentang buku tersebut. *Storytelling* memiliki peran yang sangat penting dalam menarik perhatian pengikut di media sosial Tiktok. Dalam era digital di mana rentang perhatian audiens semakin pendek, teknik bercerita yang menarik dapat membantu konten untuk menonjol dan memikat perhatian.

Dua informan lainnya menyebutkan bahwa akun @raniadevina tidak ragu untuk memberikan opini pribadi yang jujur tentang sebuah buku, baik itu positif maupun negatif. Opini pribadi yang jujur memberikan nilai tambah bagi penonton. Selain dengan penggunaan Bahasa penambahan music latar juga mempengaruhi fokus penonton, seperti yang dikatakan oleh informan bahwa pemilihan musik dalam konten @raniadevina adalah pilihan yang pas dengan musik lembut seperti instrument.

Dalam segi visual informan sependapat bahwa mereka menyukai tampilan visual video akun @raniadevina yang simpel dan santai. Informan menyukai tampilan konten akun @raniadevina yang alami "seperti sedang di kamar tanpa banyak editing" menciptakan kesan yang lebih personal dan akrab dengan penonton.

3. Pandangan *followers* akun @raniadevina mengenai konten *book review* yang diposting

Pandangan *followers* akun @raniadevina mengenai konten *book review* yang diposting memiliki peranan yang sangat penting, bahkan krusial, bagi keberlangsungan dan kesuksesan konten tersebut. Opini *followers*, terutama yang positif, berperan besar dalam membangun kredibilitas akun @raniadevina. Jika *followers* merasa kontennya informatif, bermanfaat, dan dapat dipercaya, mereka akan cenderung merekomendasikan akun tersebut kepada orang lain. Kepercayaan ini sangat penting agar orang lain tertarik mengikuti akun tersebut dan membaca *review*-nya. Sejalan dengan itu, pandangan baik *followers* secara langsung memengaruhi tingkat interaksi dengan konten. Jika *followers* menyukai konten *book review*, mereka akan lebih mungkin untuk memberikan *like*, komentar, membagikan, dan menyimpan postingan tersebut. Interaksi yang tinggi ini akan membantu konten menjangkau audiens yang lebih luas melalui algoritma media sosial.

Para *followers* akun @raniadevina memiliki beragam pandangan terkait konten *book review* yang diunggah. Mayoritas merasa sangat terbantu dengan adanya konten tersebut. Informan menuturkan bahwa ia jadi penasaran dan ingin tahu lebih lanjut mengenai buku, penulis, penerbit, bahkan ulasan dari pembaca lain setelah melihat konten akun @raniadevina. Namun, tak dapat dipungkiri ada kekurangan dalam cara akun @raniadevina melakukan *review* terhadap buku-buku. Salah satu informan merasakan video *book review* akun @raniadevina memberikan gambaran awal yang baik, namun ia tetap perlu mencari informasi tambahan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

4. Proses interaksi antara akun @raniadevina dengan *followers* terkait dengan konten *book review* di media sosial Tiktok

Interaksi antara akun @raniadevina dan *followers*, serta interaksi antar *followers* sendiri, dapat membentuk sebuah komunitas pembaca yang solid. Komunitas ini dapat menjadi wadah yang positif untuk berbagi minat baca, berdiskusi tentang buku, dan saling merekomendasikan bacaan (Wisnu, 2020). Interaksi antara akun @raniadevina dengan *followers* di Tiktok tidak hanya terbatas pada komunikasi dua arah. Bahkan, interaksi di platform ini cenderung lebih kompleks dan beragam.

Ada komunikasi satu arah yaitu bentuk komunikasi yang terjadi ketika *content creator* membuat dan mengunggah konten, baik berupa video maupun teks, yang kemudian dikonsumsi oleh *followers*. Dalam hal ini, *followers* berperan sebagai penerima informasi, sementara *content creator* sebagai penyampai pesan. Lalu ada komunikasi dua arah yaitu komunikasi yang melibatkan interaksi langsung antara *content creator* dan *followers*. Contohnya, ketika *content creator* membalas komentar atau pertanyaan dari *followers*, terjadi dialog dua arah. Interaksi ini memungkinkan *followers* untuk memberikan umpan balik, bertanya, atau menyampaikan pendapat mereka secara langsung kepada *content creator*. Terakhir ada komunikasi multi arah dengan pola Interaksi tidak hanya melibatkan *content creator* dan *followers* secara individual, tetapi juga interaksi antar *followers* itu sendiri. Kolom komentar, misalnya, menjadi wadah bagi *followers* untuk berdiskusi, berbagi pendapat, atau bahkan berdebat tentang suatu topik. Dalam hal ini, komunikasi tidak hanya terjadi antara *content creator* dan *follower*, tetapi juga antar *follower*.

Jika melihat bentuk komunikasi di media sosial Tiktok, bukan hanya interaksi yang terjalin dengan kata-kata melainkan terdapat juga fitur *like*, dan *share* merupakan bagian penting dari proses interaksi antara akun @raniadevina dengan *followers* terkait konten *book review* di media sosial Tiktok.

interaksi yang terjalin antara akun @raniadevina dan *followers* di Tiktok tidak hanya terbatas pada komunikasi dua arah, melainkan juga melibatkan berbagai bentuk interaksi yang kompleks dan beragam. Interaksi ini tidak hanya terjadi melalui kata-kata, tetapi juga melalui fitur-fitur seperti *like*, *share*, dan komentar. Fitur *like* berfungsi sebagai indikator sederhana bahwa *followers* menyukai konten yang dibagikan. Fitur *share* berperan penting dalam memperluas jangkauan konten akun @raniadevina ke pengguna Tiktok lainnya. Ketiga fitur ini bekerja sama untuk meningkatkan *engagement* konten *book review* akun @raniadevina, yang pada akhirnya dapat menarik perhatian *brand* atau penerbit buku untuk menjalin kerja sama seperti *endorsement* atau *sponsored content*. Interaksi yang kuat ini membantu membangun komunitas pembaca yang solid di sekitar akun @raniadevina, di mana *followers* merasa terhubung melalui minat baca yang sama.

5. Jenis konten *book review* yang paling efektif dalam menarik perhatian dan mempengaruhi keputusan pembelian *followers*.

Dalam hasil wawancara dengan informan, mereka memiliki preferensi yang beragam terkait jenis konten *book review* yang paling efektif bagi mereka. Namun, ada beberapa benang merah yang dapat ditarik. Mayoritas informan menekankan pentingnya informasi yang jelas dan ringkas mengenai buku yang diulas. Mereka ingin mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang alur cerita, karakter, dan tema buku tanpa spoiler yang berlebihan. Informasi ini membantu mereka dalam mempertimbangkan apakah buku tersebut sesuai dengan minat mereka.

Beberapa informan menyebutkan bahwa konten *book review* dari akun @raniadevina sangat memengaruhi keputusan pembelian mereka. Hal ini menunjukkan bahwa *followers* percaya pada rekomendasi dari akun @raniadevina yang mereka anggap kredibel dan memiliki selera yang sama dengan mereka. Beberapa informan juga menyukai konten *book haul*, yaitu konten yang menampilkan koleksi buku baru. Konten ini menarik karena memberikan variasi buku-buku baru yang mungkin belum mereka ketahui.

Secara keseluruhan, jenis konten *book review* yang paling efektif adalah konten yang menggabungkan informasi yang jelas dan ringkas tentang buku, visual yang menarik, kredibilitas *reviewer*, dan variasi buku-buku baru (seperti dalam konten *book haul*). Konten yang memenuhi kriteria ini tidak hanya informatif, tetapi juga mampu memikat perhatian *followers* dan mendorong mereka untuk membeli buku yang diulas.

Berdasarkan wawancara dengan para informan, konten *book review* yang paling efektif di Tiktok adalah konten yang menggabungkan beberapa elemen kunci. Konten tersebut harus informatif, menyajikan informasi yang jelas dan ringkas tentang buku, termasuk alur cerita, karakter, dan tema, tanpa spoiler yang berlebihan. Sela in itu, visual yang menarik, seperti penggunaan musik latar yang sesuai dan gaya penyampaian yang menarik perhatian, juga sangat penting untuk membuat konten *book review* menonjol di antara konten lainnya. Kredibilitas *reviewer*, seperti yang ditunjukkan oleh pengaruh konten @raniadevina terhadap keputusan pembelian *followers*, juga menjadi faktor penting. Terakhir, konten yang bervariasi, seperti konten *book haul* yang menampilkan koleksi buku baru dan memberikan ulasan singkat atau rekomendasi, juga efektif dalam menarik perhatian *followers* dan mendorong mereka untuk membeli buku yang diulas.

Conclusion

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa resepsi *followers* terhadap konten *book review* sebagai media promosi digital pada akun TikTok @raniadevina mayoritas positif. Konten *book review* mendorong *followers* untuk membaca buku yang sama dengan yang diulas, bahkan membeli dan berbagi pendapat dengan orang lain. Resepsi positif ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain gaya penyampaian akun @raniadevina yang santai, menyenangkan, dan informatif, pilihan buku yang beragam, sudut pandang pribadi yang autentik, serta kesesuaian dengan hobi dan minat *followers*.

Selain itu, penggunaan bahasa, visual, dan musik yang menarik juga mempengaruhi daya tarik konten. Mayoritas *followers* merasa terbantu dan mengapresiasi konten *book review* karena informatif dan membangkitkan minat baca. Interaksi yang terjalin antara akun @raniadevina dan *followers* tidak hanya terbatas pada komunikasi dua arah, tetapi juga melibatkan berbagai bentuk interaksi seperti *like*, *share*, dan komentar yang memperkuat komunitas pembaca. Konten *book review* yang paling efektif adalah konten yang informatif, menyajikan informasi yang jelas dan ringkas tentang buku, visual yang menarik, kredibilitas *reviewer*, dan variasi

konten seperti *book haul*. Kombinasi faktor-faktor ini menciptakan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga menghibur dan personal, sehingga mampu membangun koneksi yang kuat dengan *followers* dan mendorong keputusan pembelian.

References

- Alter. (2018). Pengenalan Sistem Informasi. Abdul Kadir
- Berahim, F. A., Mayasari., Kusumaningrum, R. (2022). Analisis Resepsi Pengikut Akun Tiktok @Podcast Keselaje Dalam Penggunaan Bahasa Jaksel. Nusantara : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 9 (10) (2022)
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Putri, A. M., & Astutik, A. P. (2021). Tiktok as a Generation-Z Islamic Religious Learning Media During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 18(2), 273–294.
- Sugiharto, N. (2019). Pengaruh Content Marketing dan Conten Review terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. *European Journal of Social Work*, 12(2).
- Wisnu, N. (2020). Aplikasi Tik Tok sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. 4(2), 148
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science And Business Administration*, 1(5), 69–80. <http://researchleap.com/category/>