

Live TikTok Library: Promosi On-Fleek untuk Pengalaman yang Semakin Seru

Enjela Pratiwi¹, Santi Delliana², Fredi Wahyu Wasana^{3*}, Erlina Kusuma Sari⁴

^{1,2,3,4} Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis

Abstract

In the ever-evolving digital era, libraries increasingly face the challenge of remaining relevant and connected to a fast-moving society. To expand reach and increase engagement, libraries are now involving themselves in social media platforms, and one of them is TikTok. Libraries' use of the live TikTok feature is a progressive step in presenting information, promoting collections, and building communities in cyberspace. Live TikTok provides a dynamic platform for librarians to communicate in real-time with patrons. How can this development improve the library's On-Fleek Promotion concept in interacting with today's digital society? The research method used is qualitative with an observational approach. Data was collected through direct observation of library live broadcasts on TikTok, including interactions between librarians and users, the type of content presented, and user responses. Analysis is carried out by detailing the findings that emerge from these interactions. The research results show that TikTok's live feature provides an interactive platform for libraries to communicate directly with followers. Observations reveal that live TikTok is effective in building user engagement, especially through comments, likes, and virtual gifts. Librarians can actively respond to questions, provide book recommendations, and explain library services. By combining qualitative and observational research methods, this study provides an in-depth understanding of the dynamics of interactions in the library's live TikTok environment. The implications of these findings provide guidance for libraries in designing more effective content strategies and enriching user experiences on these social media platforms.

Keywords: live TikTok; social media; library; TikTok; library digitalization

Abstrak

Di era digital yang terus berkembang, perpustakaan semakin menghadapi tantangan untuk tetap relevan dan terhubung dengan masyarakat yang bergerak cepat. Dalam upaya memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan, perpustakaan kini melibatkan diri dalam platform media sosial, dan salah satunya adalah TikTok. Pemanfaatan fitur live TikTok oleh perpustakaan menjadi sebuah langkah progresif dalam menyajikan informasi, promosi koleksi, dan membangun komunitas di dunia maya. Live TikTok memberikan platform dinamis untuk pustakawan berkomunikasi secara real-time dengan pengunjung. Bagaimana perkembangan ini dapat meningkatkan konsep Promosi On-Fleek perpustakaan dalam berinteraksi dengan masyarakat digital saat ini? Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan observasional. Data dikumpulkan melalui pengamatan langsung terhadap siaran live perpustakaan di TikTok, mencakup interaksi antara pustakawan dan pengguna, jenis konten yang disajikan, dan respons pengguna. Analisis dilakukan dengan merinci temuan yang muncul dari interaksi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur live TikTok memberikan platform interaktif bagi perpustakaan untuk berkomunikasi secara langsung dengan pengikut. Observasi mengungkapkan bahwa live TikTok

***Penulis korespondensi**
Fredy.wasana@kalbis.ac.id

Sitasi

Pratiwi, Enjela; Delliana, Santi; Wasana, Fredi Wahyu; Sari, Erlina Kusuma (2022) Live TikTok Library: Promosi On-Fleek untuk Pengalaman yang Semakin Seru. Jurnal FPPTI, 1(2), 20-29.



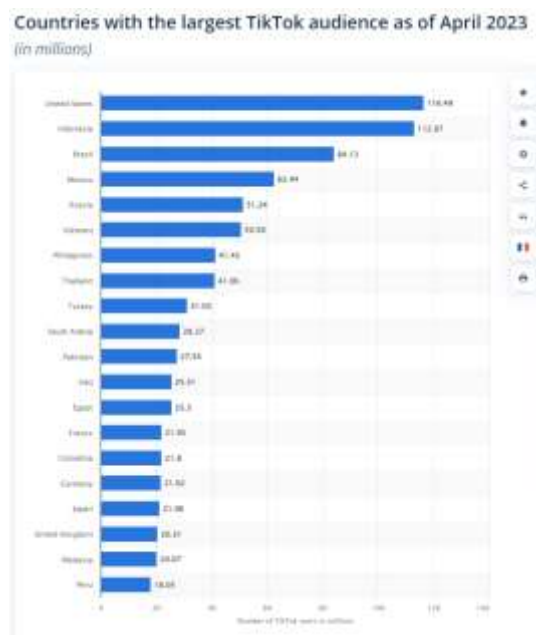
efektif dalam membangun keterlibatan pengguna, terutama melalui komentar, like, dan hadiah virtual. Pustakawan dapat secara aktif merespons pertanyaan, memberikan rekomendasi buku, dan menjelaskan layanan perpustakaan. Dengan menggabungkan metode penelitian kualitatif dan observasional, penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika interaksi di lingkungan live TikTok perpustakaan. Implikasi temuan ini memberikan panduan bagi perpustakaan dalam merancang strategi konten yang lebih efektif dan memperkaya pengalaman pengguna di platform media sosial ini.

Kata Kunci: live TikTok; media sosial; perpustakaan; TikTok; digitalisasi perpustakaan

Pendahuluan

Society 5.0 terbukti telah membawa perubahan pada masyarakat yang pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Society 5.0 merupakan konsep masyarakat berbasis teknologi yang berpusat pada manusia. Society 5.0 bertujuan untuk mencapai keberlanjutan, inklusi luas, efisiensi, dan daya saing industri melalui kecerdasan dan pengetahuan, menyeimbangkan masyarakat masa lalu dan memanfaatkan kekuatan kecerdasan dan pengetahuan. (Suryadi, 2022). Perubahan telah mempengaruhi pola komunikasi dan pola penyebaran informasi. Dengan efektifitas dan efisiensi yang dibawa oleh teknologi digital, penyebaran informasi dan interaksi komunikatif antar manusia menjadi makin efektif dan efisien. Penyebaran Informasi dan interaksi komunikatif dalam era digital ini telah mampu mengatasi kendala dari dimensi ruang dan waktu.

Hadirnya media social sebagai platform teknologi online yang berfokus pada interaksi manusia, menjadi metode komunikasi online interaktif yang menawarkan kemampuan untuk memberikan informasi langsung, dapat menciptakan hubungan dinamis dengan komunitas, dan menyebarkan informasi ke media (Daly et al., 2019). Tiktok merupakan salah satu aplikasi yang paling populer di zaman ini, Tiktok merupakan jejaring sosial berbagai video pendek berdasarkan musik, tarian, dan audio visual (Putri, 2021). Indonesia menjadi negara di urutan kedua dalam konteks pengguna TikTok terbanyak per April 2023.



Gambar 1 Data pengguna TikTok di seluruh dunia(Annur, 2023)

Berdasarkan data Statista tahun 2023, Indonesia merupakan negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia. Jumlah penggunanya mencapai 112,97 juta per April 2023, satu peringkat di bawah Amerika Serikat yang memiliki 116,49 juta pengguna (Statista, 2023).



Gambar 2 Distribusi pengguna TikTok berdasarkan umur dan gender (Ridwan, 2022a).

Distribusi pengguna TikTok didominasi oleh kalangan umur 18-24 tahun dengan total pengguna 41.7% yang didominasi oleh wanita di angka 23.8% dan pria 17.9%. Pengguna TikTok dengan umur 25-34 tahun berada di urutan kedua yang menggunakan Tiktok terbanyak sebanyak 31%. Dapat disimpulkan bahwa pengguna sosial media TikTok didominasi oleh kalangan muda, dengan pengguna terbanyak oleh Wanita, dan semakin tua umur pengguna TikTok semakin sedikit (Ridwan, 2022b).

Tiktok telah berubah menjadi media sosial yang dipergunakan untuk kepentingan yang lebih luas dan lebih beragam. Konten-konten makin beragam, bukan hanya hiburan. Tiktok kini telah menampilkan beragam konten seperti: konten promosi, konten edukasi, konten informasi, dan bahkan juga konten inspirasi. Tiktok makin mendapat hati di kalangan pengguna media sosial dengan fitur Live. TikTok Live adalah fitur yang memungkinkan pengguna menyiarkan video langsung, olahraga, dan makanan kepada orang lain di platform, selain itu fitur ini dapat digunakan untuk kepentingan berkomunikasi dengan *follower* atau pelatihan-pelatihan atau pembelajaran atau bahkan untuk memasarkan produk (Wu, 2022).

Seiring berkembangnya zaman, perpustakaan pun berkembang sejalan dengan kepentingan masyarakat dan mengikuti perkembangan teknologi (Kelas Menulis Pustakawan, 2019). Perpustakaan sebagai bagian dari dunia, bagian dari peradaban dan bagian dari masyarakat tentu tidak lepas dari pengaruh berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berkembang begitu cepat di seluruh bidang, termasuk di perpustakaan (Wasana & Delliana, 2021). Perpustakaan harus mampu melakukan adaptasi dengan bahasa-bahasa perkembangan zaman ini dan mengoptimalkan teknologi untuk optimalisasi peran perpustakaan.

Media komunikasi secara live menjadi metode komunikasi yang dapat dikatakan menjadi representasi komunikasi tatap muka langsung. Pemilihan Live Tiktok Library menjadi satu bentuk inovasi perpustakaan didasarkan pada pemahaman akan pentingnya kehadiran sosial dan kekayaan media. Kedua hal ini menjadi topik pokok Social Presence Theory (Yuen et al., 2023) dan Media Richness Theory (Zhang et al., 2023a)

Teori kehadiran sosial atau Social Presence Theory adalah sebuah teori komunikasi yang dicetuskan oleh John Short, Ederyn Williams, dan Bruce Christie (Wrench et al., 2022). Secara singkat, teori ini mau mengatakan bahwa efektifitas komunikasi akan terjadi bila media yang dipilih adalah media yang mampu menunjukkan sebuah kehadiran secara sosial (Wrench et al., 2022). Kehadiran sosial dalam komunikasi akan menumbuhkan sebuah keterlibatan interpersonal (Griffin et al., 2019). Oleh karenanya, menurut teori ini, komunikasi tatap muka memiliki tingkat kehadiran sosial yang paling tinggi, sedang komunikasi berbasis teks adalah hirarki paling rendah tingkat kehadirannya. Asumsi pokok teori ini adalah kedekatan interpersonal dalam komunikasi sangat ditentukan oleh media yang dipilih dalam interaksinya. Kehadiran sosial dalam komunikasi melalui media menjadikan komunikasi seolah tanpa media. Hal ini dikarenakan kehadiran sosial dalam media menjadi representasi komunikasi tatap muka langsung dimana masing-masing berkomunikasi bukan hanya verbal namun juga nonverbal melalui mimik muka, gestur dan sebagainya.

Media Richness Theory sendiri, secara singkat menyatakan bahwa media akan disebutkan kaya jika mampu memberikan umpan balik secara cepat (Zhang et al., 2023a). Semakin kaya media, semakin banyak pula inti komunikasi yang diberikan dan diterima sehingga mampu menghindari kerancuan dan ambiguitas. Asumsi dasar dari teori ini adalah bahwa media disebut kaya jika memiliki kemampuan memberikan feedback secara cepat, kemampuan mengirimkan komunikasi nonverbal, penggunaan bahasa yang dipahami bersama dan kemampuan menunjukkan ekspresi dan emosi. Zhang et al. (2023b) membawa pemahaman mendalam tentang bagaimana perpustakaan dapat membangun kehadirannya di era digital yang terus berkembang.

Pertanyaan yang paling mendasar adalah apa yang dapat dilakukan Perpustakaan untuk tetap menjadi bagian dari masyarakat dan bagian dari generasi sekarang dalam konteks memberikan kontribusi pada masyarakat dengan metode-metode yang populer di masyarakat sehingga perpustakaan tetap memiliki daya tarik? Tentu jawaban paling klise dari pertanyaan itu adalah mengoptimalkan media sosial untuk melakukan promosi perpustakaan atau juga membuat konten-konten mengenai perpustakaan. Namun, tentu saja, yang tidak boleh dilupakan adalah bagaimana perpustakaan dapat mempromosikan diri sekaligus memberikan kontribusi melalui media yang populer saat ini. Banyak media sosial yang dapat dipilih untuk promosi sebuah perpustakaan. Saat ini, Perpustakaan Kalbis Institute memiliki beberapa akun media sosial sebagai media promosi, antara lain Facebook, Twitter, Instagram, Line, dan Youtube (Julyanti & Delliana, 2022).

Live Tiktok Library adalah salah satu terobosan yang dapat dilakukan agar Perpustakaan dapat hadir di tengah-tengah samudera media sosial saat ini. Dengan *Live Tiktok Library* perpustakaan hadir dengan cara yang unik. Perkembangan ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan konsep Promosi On-Fleek perpustakaan dalam berinteraksi dengan masyarakat digital saat ini (Ardiansyah, 2023; Husain & Sani, 2022; Jesia & Christiani, 2021a, 2021b).

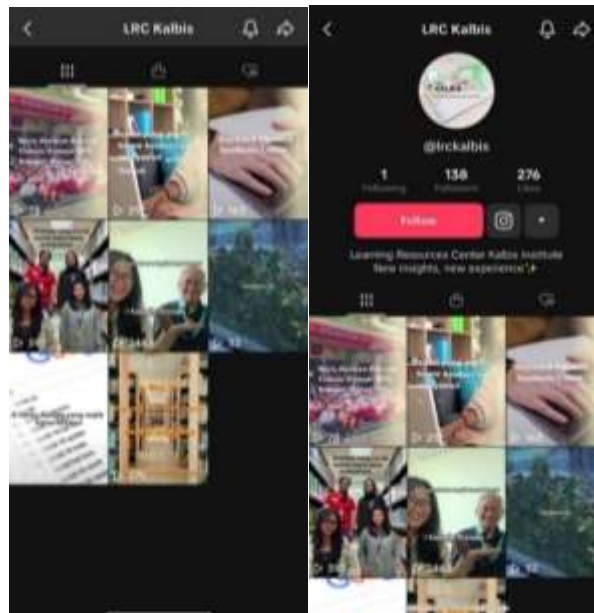
Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah teknik interpretasi yang bertujuan untuk mendeskripsikan, memecahkan kode, menerjemahkan, dan memahami makna fenomena sosial yang terjadi secara alami, sering kali menggunakan simbol linguistik dan analisis fenomenologis (Sugiyono, 2020). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini

dilakukan dengan cara observasi partisipatif, yang memungkinkan peneliti untuk terlibat dalam orang atau hal yang sedang diamati, dengan observasi partisipan ini data yang diperoleh akan lebih lengkap dan tajam (Sugiyono, 2020). Observasi partisipan dapat digolongkan menjadi empat, dalam penelitian ini digunakan observasi partisipasi lengkap yang berarti selama proses pengumpulan data, peneliti terlibat secara penuh terhadap apa yang dilakukan oleh sumber data (Sugiyono, 2020).

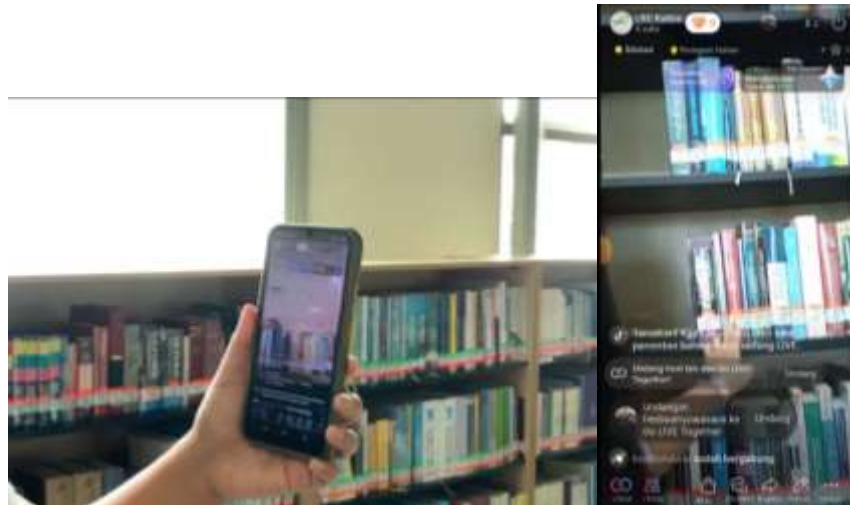
Hasil dan Pembahasan

Dalam rangka membuat inovasi Live Tiktok tentu saja perpustakaan harus mengoptimalkan segala macam bentuk teknologi agar live dapat disampaikan secara menarik (Husain & Sani, 2022). Hal yang dapat dilakukan, perpustakaan dapat menyiapkan konten materi terkait dengan perpustakaan dan fungsi serta kontribusi yang disusun sebagai materi live. Penyiapan materi ini harus disusun dengan mempertimbangkan aspek keilmiahan dan aspek entertain. Oleh karena itu perlu adanya penggunaan teknologi yang terintegrasi.



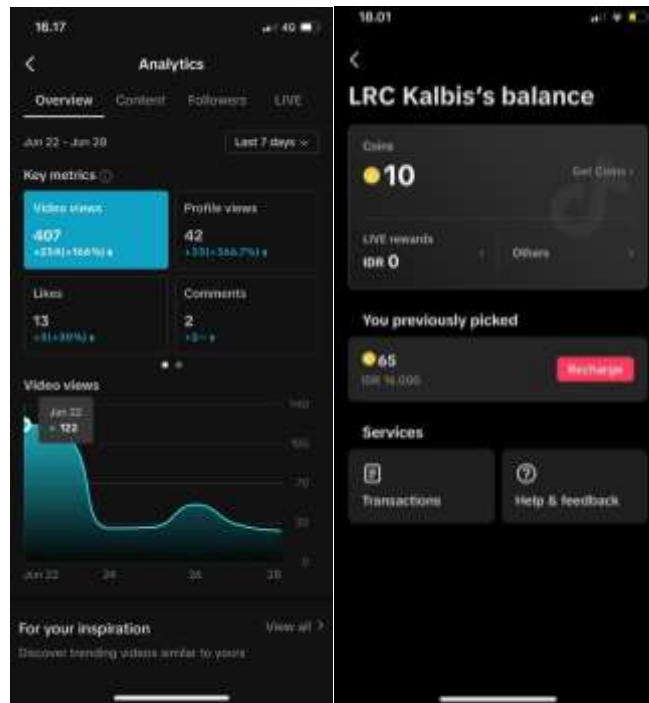
Gambar 3 Akun TikTok
Perpustakaan Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis

Penggunaan fitur Live TikTok oleh perpustakaan membawa sejumlah keuntungan. Platform ini memungkinkan perpustakaan untuk mencapai khalayak yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Fitur live juga memungkinkan interaksi langsung antara perpustakaan dan penonton, menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan personal. Penonton dapat mengajukan pertanyaan, memberikan komentar secara real-time, dan merasakan keterlibatan yang lebih intim dengan konten yang disajikan.



Gambar 4 Live TikTok Perpustakaan

Dalam mengoptimalkan fitur live TikTok untuk perpustakaan, konten yang menarik dan informatif dapat menciptakan keterlibatan yang tinggi dari pengguna. Perpustakaan dapat menyelenggarakan sesi live book review, di mana pustakawan atau anggota tim perpustakaan memberikan ulasan singkat tentang buku-buku terbaru atau favorit mereka. Selama siaran langsung, pengguna dapat memberikan komentar, bertanya tentang buku, atau bahkan membagikan pendapat mereka sendiri. Selain itu, perpustakaan dapat menggunakan fitur live untuk tur virtual ke dalam perpustakaan, memperlihatkan koleksi buku, fasilitas, dan memberikan informasi praktis tentang layanan perpustakaan. Pustakawan dapat merespons pertanyaan pengguna dan memberikan rekomendasi buku berdasarkan preferensi individu. Selain itu, perpustakaan dapat menyelenggarakan sesi tanya jawab tentang layanan perpustakaan, proses peminjaman, atau bahkan mengadakan kuis buku dengan hadiah menarik untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Dengan memanfaatkan fitur live TikTok secara kreatif, perpustakaan dapat membangun komunitas yang aktif dan meningkatkan pemahaman serta apresiasi terhadap sumber daya perpustakaan.



Gambar 5 Fitur analytics dan koin TikTok

Pemanfaatan fitur analitik TikTok bagi akun perpustakaan memberikan sejumlah manfaat yang signifikan. Melalui alat analitik ini, perpustakaan dapat memahami secara mendalam performa konten. Fitur analytics TikTok memungkinkan perpustakaan untuk melacak dan menganalisis jumlah pengikut, memberikan wawasan tentang pertumbuhan atau penurunan popularitas akun. Analisis ini dapat menjadi dasar untuk merancang strategi pertumbuhan dan peningkatan visibilitas perpustakaan di TikTok. Fitur analitik TikTok juga memberikan informasi tentang tingkat keterlibatan pengguna, seperti jumlah tayangan video, komentar, dan berapa kali konten dibagikan. Dengan pemahaman mendalam tentang interaksi pengguna, perpustakaan dapat mengevaluasi efektivitas konten yang dibuat dan menyesuaikan strategi konten sesuai dengan preferensi dan kebutuhan audiens mereka. Selain itu, fitur analitik juga dapat membantu perpustakaan dalam menentukan waktu yang optimal untuk memposting konten. Analisis data statistik waktu tayang dapat membantu perpustakaan mengidentifikasi kapan audiens mereka paling aktif di TikTok, sehingga mereka dapat meningkatkan jangkauan konten dan meningkatkan keterlibatan.

Fitur koin pada TikTok juga memberikan sejumlah manfaat bagi akun TikTok perpustakaan, terutama dalam konteks monetisasi dan dukungan dari pengikut. Fitur koin memungkinkan pengikut untuk memberikan dukungan finansial kepada akun perpustakaan melalui pembelian koin. Hal ini menciptakan peluang bagi perpustakaan untuk mengumpulkan dana tambahan yang dapat digunakan untuk meningkatkan layanan, memperluas koleksi, atau mendukung kegiatan promosi dan edukasi. Selain itu, fitur koin juga dapat menjadi sumber motivasi bagi tim perpustakaan untuk terus mengembangkan dan memperbarui konten mereka. Dengan adanya dukungan finansial dari pengguna melalui fitur koin, perpustakaan dapat merasa didukung dalam upaya mereka untuk menyediakan informasi, hiburan, dan layanan berkualitas kepada pengikut TikTok mereka.

Secara keseluruhan, fitur koin TikTok membuka pintu bagi perpustakaan untuk menerima dukungan finansial dari pengguna dan memperkuat ikatan dengan

komunitas online mereka. Dengan memanfaatkan fitur ini dengan bijak, perpustakaan dapat menciptakan sumber daya tambahan untuk memperkaya pengalaman pengguna dan meningkatkan dampak positif mereka di platform TikTok. Penggunaan fitur analitik secara efektif, pada akun TikTok perpustakaan dapat mengukur kesuksesan kampanye promosi, memahami perilaku pengguna, dan terus meningkatkan kualitas konten mereka, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih positif dan berharga bagi audiens TikTok mereka.

Kesimpulan

Pemanfaatan fitur live, fitur koin TikTok, dan fitur analytics menawarkan sejumlah manfaat yang saling melengkapi bagi akun TikTok perpustakaan. Fitur live memungkinkan perpustakaan untuk berinteraksi langsung dengan pengikut mereka. Selama siaran langsung, perpustakaan dapat menyampaikan informasi, menjawab pertanyaan pengguna, dan membangun koneksi yang lebih dekat dengan komunitas online. Ini tidak hanya menciptakan pengalaman yang lebih pribadi tetapi juga membuka peluang untuk menerapkan fitur koin. Selain itu fitur live juga efektif untuk mempromosikan acara atau kegiatan tertentu secara langsung, menarik perhatian pengguna secara instan. Dengan demikian, fitur live TikTok tidak hanya meningkatkan keterlibatan pengguna tetapi juga membuka peluang baru dalam hal monetisasi dan promosi konten secara real-time.

Fitur koin TikTok memberikan peluang untuk monetisasi. Pengguna yang menghargai konten perpustakaan dapat memberikan dukungan finansial melalui pembelian koin dan hadiah virtual. Dengan menggunakan fitur koin, perpustakaan dapat mengumpulkan dana tambahan yang dapat diinvestasikan kembali dalam pengembangan koleksi, program edukasi, atau peningkatan layanan perpustakaan secara keseluruhan. Fitur analytics TikTok menjadi instrumen penting dalam mengukur kinerja dan memahami audiens. Analisis data memberikan wawasan tentang pertumbuhan pengikut, tingkat keterlibatan, dan preferensi pengguna. Dengan informasi ini, perpustakaan dapat merancang strategi konten yang lebih efektif, menyesuaikan jadwal siaran live, dan meningkatkan interaksi dengan pengikut.

Secara keseluruhan, kombinasi seluruh fitur TikTok memungkinkan perpustakaan untuk membangun hubungan yang kuat dengan penggunanya, menciptakan pengalaman berharga, dan meraih dukungan finansial untuk meningkatkan dampak positif mereka di dunia digital.

Ucapan Terimakasih

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan karunia serta mukzizat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang berjasa dibalik selesainya penelitian ini.

Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh jajaran manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, serta seluruh civitas akademika Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis atas segala dukungan dan bantuan yang luar biasa selama penelitian ini. Penelitian ini membutuhkan dedikasi, waktu, dan upaya besar, dan pencapaian ini tak mungkin terjadi tanpa kerja sama yang luar biasa. Terima kasih juga kepada Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia yang telah memberikan kesempatan luar biasa ini kepada penulis. Segala kekurangan dan ketidaksempurnaan penelitian ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritikan, dan saran yang bersifat membangun kearah

perbaikan dan penyempurnaan penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2023). *Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>
- Ardiansyah, A. (2023). Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Madura. *Tibannbaru : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 7(1), 15. <https://doi.org/10.30742/TB.V7I1.2575>
- Daly, A. J., Supovitz, J., & Fresno, M. Del. (2019). The Social Side of Educational Policy: How Social Media is Changing the Politics of Education. *Teachers College Record*, 121(14).
- Griffin, E. A., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First At Communication Theory*. McGraw-Hill Education.
- Husain, H., & Sani, M. K. J. (2022). TikTok in Academic Libraries: Applications and Implications. *Conference: Malaysian Library Annual Conference 2022 / Persidangan Tahunan Perpustakaan Malaysia 2022At: Malaysian Librarians Association (Online) / Persatuan Pustakawan Malaysia (Atas Talian)*. https://www.researchgate.net/publication/360997560_TikTok_in_Academic_Libraries_Applications_and_Implications
- Jesia, R. A., & Christiani, L. (2021a). Upaya Menjaga Eksistensi Perpustakaan SMA Negeri 1 Boja di Kalangan Pemustaka Generasi Z Melalui Pemanfaatan Media Sosial Tiktok. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 5(3), 479–490. <https://doi.org/10.14710/ANUVA.5.3.479-490>
- Jesia, R. A., & Christiani, L. (2021b). Upaya Menjaga Eksistensi Perpustakaan SMA Negeri 1 Boja di Kalangan Pemustaka Generasi Z Melalui Pemanfaatan Media Sosial Tiktok. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 5(3), 479–490. <https://doi.org/10.14710/ANUVA.5.3.479-490>
- Julyanti, D., & Delliana, S. (2022). Analisis AIDA pada Program Kalbis Library Quiz sebagai Media Promosi Perpustakaan kalbis Institute melalui Instagram. *Jurnal FPPTI*, 11–17. <https://doi.org/10.59239/JFPPTI.V11I1.1>
- Kelas Menulis Pustakawan. (2019). *Literasi dan Pustakawan Era 4.0 Literasi dan Pustakawan Era 4.0*. YUMA PRESSINDO.
- Putri, R. P. (2021). Tiktok as an Online Learning Media During a Pandemic. *Proceedings of the 6th International Conference on Education & Social Sciences (ICCESS 2021)*, 578(Icess), 282–287. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210918.052>
- Ridwan, P. P. (2022a). *Serba-Serbi perkembangan TikTok*. <https://goodstats.id/article/serba-serbi-perkembangan-tiktok-Uy4n7>
- Ridwan, P. P. (2022b). *Serba-Serbi perkembangan TikTok - GoodStats*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/serba-serbi-perkembangan-tiktok-Uy4n7>
- Statista. (2023). *Countries with largest TikTok Audience*. <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryadi, S. (2022). Challenges and Opportunities for Community Empowerment in The Era of Society 5.0. *Prosperity: Journal of Society and Empowerment*, 2(2), 74–85. <https://doi.org/10.21580/prosperity.2022.2.2.12380>
- Wasana, F. W., & Delliana, S. (2021). Pemanfaatan Google Form Dan Google Spreadsheet Di Learning Resource Center (LRC) Institut Teknologi Dan

- Bisnis Kalbis. *Warta Perpustakaan Pusat Undip*, 14(1), 10–19. <https://doi.org/10.2/JQUERY.MIN.JS>
- Wrench, J. S., Punyanunt-Carter, N. M., & Thweatt, K. S. (2022). 12.4: *Theories of Computer-Mediated Communication* - Social Sci LibreTexts. [https://socialsci.libretexts.org/Bookshelves/Communication/Interpersonal_Communication/Interpersonal_Communication_-_A_Mindful_Approach_to_Relationships_\(Wrench_et_al.\)/12%3A_Interpersonal_Communication_in_Mediated_Contexts/12.04%3A_Theories_of_Computer-Mediated_Communication](https://socialsci.libretexts.org/Bookshelves/Communication/Interpersonal_Communication/Interpersonal_Communication_-_A_Mindful_Approach_to_Relationships_(Wrench_et_al.)/12%3A_Interpersonal_Communication_in_Mediated_Contexts/12.04%3A_Theories_of_Computer-Mediated_Communication)
- Wu, Z. (2022). Research on the commercial model and marketing strategy of Tik Tok live streaming. *BCP Business & Management*, 31, 429–436. <https://doi.org/10.54691/bcpbm.v31i.2659>
- Yuen, K. F., Ong, K. W., Zhou, Y., & Wang, X. (2023). Social media engagement of stakeholders in the oil and gas sector: Social presence, triple bottom line and source credibility theory. *Journal of Cleaner Production*.
- Zhang, L., Anjum, M. A., & Wang, Y. (2023a). The Impact of Trust-Building Mechanism on Purchase Intention towards Metaverse Shopping: The Moderating Role of Age. *International Journal of Human Computer Interaction*, 1(19).
- Zhang, L., Anjum, M. A., & Wang, Y. (2023b). The Impact of Trust-Building Mechanisms on Purchase Intention towards Metaverse Shopping: The Moderating Role of Age. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2184594>