



E-ISSN:
2962- 4169
Volume 3
Nomor 2
Desember
2024

KONTEKSTUAL
Jurnal Ilmu Komunikasi
www.ubl.ac.id/kontekstual

PENGARUH *TIKTOK AGENCY* TERHADAP PROFESIONALISME *HOST STREAMER* DI *TIKTOK AGENCY SUPER POWER*

THE INFLUENCE OF TIKTOK AGENCY ON STREAMER HOST PROFESSIONALISM AT TIKTOK AGENCY SUPER POWER

Adrian Pujangga Setiawan¹, M. Denu Poyo², Noning Verawati³, Hanindyalaila Pienrasmi⁴, Budhi Waskito⁵

^{1,2,3,4,5} Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung
Jl. ZA. Pagar Alam No.26, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung,
Lampung 35142

Penulis korespondensi: Telpon. +62-89507974265;

e-mail: adrian.20711113@student.ubl.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak *TikTok Agency Super Power* terhadap tingkat profesionalisme *host streamer* di *TikTok*. Dengan memanfaatkan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui survei online terhadap 300 *host streamer* yang merupakan anggota agensi tersebut. Analisis statistik, termasuk uji regresi linear sederhana, digunakan untuk menyelidiki hubungan antara partisipasi dalam *TikTok Agency* dan peningkatan profesionalisme *host streamer*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *TikTok Agency* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat profesionalisme *host streamer* di platform *TikTok*. Koefisien determinasi sebesar 44,1% mengindikasikan bahwa variabel *TikTok Agency* berkontribusi pada perubahan dalam profesionalisme *host streamer*, sehingga hasil penelitian ini memberikan perspektif baru tentang pentingnya keterlibatan dalam agensi seperti *TikTok Agency* untuk memajukan karier dan profesionalisme *host streamer*. Implikasi temuan ini dapat memberikan panduan bagi *host streamer* dan agensi serupa dalam memahami dinamika industri media sosial.

Kata Kunci: *TikTok*, *TikTok Agency Super Power*, *Host Streamer*, *Profesionalisme*, Media Sosial.

ABSTRACT

This research aims to explore the impact of TikTok Agency Super Power on the level of professionalism among TikTok's host streamers. Employing a quantitative approach, data was

gathered through an online survey involving 300 host streamers affiliated with the agency. Statistical analyses, including a simple linear regression test, were utilized to investigate the relationship between TikTok Agency participation and the enhancement of host streamers' professionalism. Findings indicate that TikTok Agency exerts a positive and significant influence on the professionalism of host streamers on the TikTok platform. The coefficient of determination at 44.1% suggests that the TikTok Agency variable contributes to changes in host streamers' professionalism, the outcomes of this study provide new insights into the significance of engagement with agencies like TikTok Agency in advancing the careers and professionalism of host streamers. The implications of these findings offer guidance for both host streamers and similar agencies in understanding the dynamics of the social media industry. Keywords: TikTok, TikTok Agency Super Power, Host Streamer, Professionalism, Social Media, Online Survey, Simple Linear Regression Test, Coefficient of Determination.

Keywords: TikTok, TikTok Agency Super Power, Host Streamer, Professionalism, Social Media.

PENDAHULUAN

Media massa, terutama yang mencakup media cetak, elektronik, dan online, memiliki peran signifikan sebagai sarana penting bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi, sesuai dengan konsep yang dijelaskan oleh Cangara (2002). Dengan kemajuan teknologi dan penggunaan internet yang semakin luas, kebutuhan akan pertukaran informasi yang cepat dapat lebih efektif terpenuhi. Transformasi dari media cetak tradisional, media elektronik, hingga media baru mencerminkan pergeseran dari bentuk konvensional ke bentuk digital yang lebih modern yaitu *new media*.

Menurut Widjayanti dalam Cantika (2021) menjelaskan bahwa Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru era digital yang mempunyai karakteristik dapat memanipulasi, bersifat jaringan, padat, mapat, interaktif, dan memikat. Kehadiran media baru dipahami semata mata sebagai konsekuensi teknologi komunikasi yang membuat batas platform media yang sebelumnya ada menjadi kabur. Pemahaman atas media baru tentu saja *new media* tentu saja tidak dipahami hanya dengan salah satu bentuk teknis dan teknologi komunikasi semata. Apalagi kemunculan media internet sebagai salah satu *new media*. Integritas media yang dimunculkan oleh *new media* juga memunculkan dampak sosial yang kecil dalam kehidupan masyarakat. Dalam pemahaman McQuails (2011) *new media* ini tidak hanya sebagai perangkat teknologi semata. Menurutnya, media baru juga mempunyai implikasi terhadap proses komunikasi yang menyertainya. Karakteristik *new media* segala bentuk media baru dapat memudahkan banyak orang, terutama pada bidang komunikasi dalam pertukaran informasi, terutama terkait dengan dominasi internet, digunakan untuk mengidentifikasi media yang lebih baru dan berbeda dari yang tradisional. Flew (2005) mengemukakan bahwa *new media* mencakup beragam teknologi komunikasi terapan, menandai era di mana internet menjadi alat atau media yang mendominasi. Dalam konteks ini, perkembangan teknologi yang pesat memungkinkan transformasi dalam media komunikasi, membuka panggung baru untuk kreativitas dan interaksi online, seperti yang tercermin dalam fenomena global *TikTok*.

TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang sangat diminati di Indonesia, memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten kreatif dengan beragam efek menarik. Perkembangan fenomena media sosial, terutama melalui *TikTok*, memberikan dampak

yang signifikan pada cara komunikasi masyarakat terbentuk. Tjiptono (2011) mencatat bahwa *TikTok* bukan hanya sebagai sumber hiburan, melainkan juga memberikan peluang bagi pengguna untuk memperoleh pendapatan, terutama melalui fitur *Live Streaming* yang memungkinkan pengguna memberikan imbalan berupa hadiah virtual kepada pembuat konten sebagai tanda penghargaan atas kualitas kontennya. Di tengah era digital yang terus berkembang, perubahan perilaku konsumen menuju platform media sosial menciptakan arena baru untuk kreativitas dan interaksi online. *TikTok*, sebagai platform berbagi video pendek yang meraih popularitas global, telah menciptakan sejumlah fenomena baru dalam ekosistem media sosial. Selain itu, kemunculan *TikTok Agency* menunjukkan pentingnya manajemen, pemasaran, dan bimbingan profesional bagi para kreator konten dalam mengelola dan menghasilkan keuntungan dari kreativitas mereka di platform ini.

Agensi adalah pihak ke tiga penghubung antara *TikTok* dengan para *host streamer*, dengan adanya *TikTok Agency* *host streamer* bisa mengembangkan siaran *live streamingnya*, dan menjadi *host profesional* yang nantinya akan mendapat pendapatan yang banyak dari siaran *live streaming*. Menurut Sullvian (2021) Kolaborasi dengan *TikTok Agency* yang terpercaya dapat signifikan meningkatkan jangkauan dan eksposur seorang *host streamer*, berkontribusi pada pertumbuhan *profesional* mereka di dalam lanskap digital yang kompetitif. Selain dapat mengembangkan dan menjadi *host streamer profesional* *TikTok Agency* juga mengelola jadwal PK atau perang koin di setiap minggunya. Sebagai entitas manajemen yang mengelola sekaligus mendukung *host streamer* atau kreator konten di platform *TikTok*, *TikTok Agency Super Power* menjadi pusat perhatian dalam industri ini. Para *host streamer* yang bergabung dengan agensi ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas mereka, memperoleh peluang kerjasama, dan mengembangkan karier mereka di dunia digital yang kompetitif. Keberhasilan seorang *host streamer* tidak hanya tergantung pada kreativitasnya dalam menghasilkan konten, tetapi juga ditentukan oleh tingkat profesionalitasnya dalam berinteraksi dengan penonton. Proses *live streaming* di *TikTok Agency Super Power* menawarkan pengalaman interaktif antara *host streamer* dan penonton, sehingga mempengaruhi profesionalitas *host streamer* dalam melakukan *live streaming*.

Host streamer, atau penyiar daring, adalah individu yang membuat dan menyajikan konten secara langsung melalui platform *streaming online*. Mereka berinteraksi secara langsung dengan penonton, merespons pertanyaan, memberikan komentar, dan melakukan berbagai kegiatan secara *real-time*. *Host streamer* biasanya fokus pada topik atau genre tertentu seperti gaming, hiburan, atau kuliner, dan mereka membangun basis penggemar yang setia. Menurut T.L. Taylor (2018) dalam bukunya "*Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*," *host streamer* memiliki peran krusial dalam membentuk komunitas dan berinteraksi dengan penggemar. Keberhasilan *host streamer* ditentukan oleh kualitas konten, interaksi dengan penggemar, dan kemampuan untuk membangun komunitas online yang aktif. Beberapa *host streamer* juga bekerja sama dengan agensi seperti *TikTok Agency Super Power* untuk meningkatkan *profesionalisme* mereka di dunia *TikTok*, menunjukkan kompleksitas peran dan dinamika kerja *host streamer* dalam lingkungan digital.

Profesionalisme dalam konteks *host streamer* mencakup kualitas dan karakteristik individu dalam melaksanakan tugasnya dengan tingkat keahlian, etika, dan standar tinggi di dalam lingkungan pekerjaannya. Dalam era digital, profesionalisme *host streamer* tidak hanya terfokus pada aspek kreativitas dalam menciptakan konten, tetapi juga mencakup kemampuan dalam manajemen, kolaborasi, dan interaksi efektif dengan penggemar. Beberapa ahli menekankan pentingnya pengelolaan dan dukungan dari pihak manajemen dalam meningkatkan profesionalitas seseorang dalam dunia hiburan. Menurut Gibson (2019) Dukungan yang baik dari agensi atau manajemen dapat membantu mengarahkan karir seorang

entertainer ke jalur yang lebih sukses dan profesional, Begitu juga menurut Smith (2020) Proses pembinaan dan manajemen yang efektif dapat membentuk citra positif seorang *host streamer* di mata penonton. Namun, saat ini, belum ada penelitian yang mengeksplorasi dinamika hubungan antara *TikTok* Agensi Super Power dan profesionalisme *host streamer* di *TikTok*. Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan pengetahuan dengan mengeksplorasi dampak dan kontribusi *TikTok Agency* Super Power terhadap perkembangan profesionalisme *host streamer* di platform *TikTok*. Dengan mengukur faktor-faktor seperti tingkat interaksi dengan penonton, kualitas konten, dan tingkat keberhasilan monetisasi, studi ini menggunakan metode survei online untuk mengumpulkan data dari *host streamer* yang terafiliasi dengan agensi tersebut. Melalui analisis statistik, termasuk regresi dan uji hipotesis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mendalam tentang sejauh mana keterkaitan antara variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga terkait dinamika industri media sosial, serta memberikan panduan praktis bagi *host streamer* yang ingin memperkuat tingkat profesionalisme mereka dengan dukungan dari *TikTok Agency* Super Power.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif sederhana untuk mengumpulkan data berupa angka atau statistik. Metode penelitian ini, sebagaimana disarankan oleh Sugiyono (2018), didasarkan pada filsafat *positivisme* dan bertujuan untuk mengukur dan menganalisis fenomena secara sistematis. Kuesioner atau angket digunakan sebagai alat utama pengumpulan data dalam metode survei, memfokuskan pada pengaruh daya tarik iklan dan citra merek terhadap keputusan konsumen. Desain penelitian ini memberikan kesempatan untuk menganalisis persepsi *host streamer* di *TikTok Agency* Super Power dengan cara yang sesuai, objektif, akurat, dan efisien. Alat ukur kuesioner digunakan untuk merinci bagaimana *host streamer* mengalami kerjasama dengan *TikTok Agency* Super Power. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mereka, memberikan kontribusi positif untuk pengembangan strategi dan kebijakan di *TikTok Agency*, serta menjadi panduan berharga untuk pengembangan industri ini. Dengan fokus pada analisis data dan pengembangan selanjutnya, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi yang signifikan untuk pemahaman dan perkembangan di dalam industri media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah *Host Live Streamer* yang tergabung dengan *TikTok Agency* Super Power, dengan Jumlah Dalam penelitian ini, minimal jumlah sampel yang harus diambil adalah 300 orang dengan menggunakan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Responden pada penelitian ini adalah *Host streamer* yang tergabung dengan *TikTok Agency* Super Power melalui *Google Form*. Adapun Kriteria karakteristik responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, dan Usia Berikut data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	105	35%
Perempuan	195	65%
Total	300	100%

(Sumber: Data primer diolah 2024)

Dari data diatas dapat dinyatakan bahwa responden dengan jenis kelamin laki laki berjumlah 105 orang dengan persentase 35%, sedangkan jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 195 orang dengan persentase 65%.

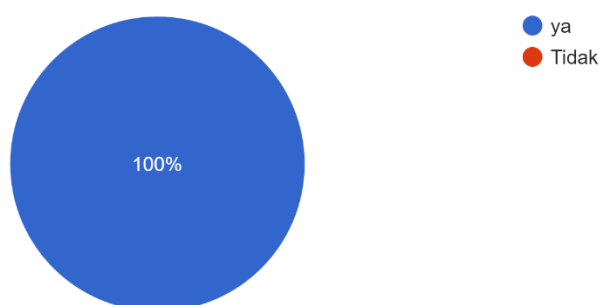
Tabel 2. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
18 - 24	141	46,7%
25 - 30	148	49,3%
31 - 37	8	3%
40 - 49	3	1%
Total	300	100%

(Sumber: data diolah 2024)

Pada tabel diatas dapat dapat dinyatakan bahwa usia 25-30 tahun memiliki kuantitas persentase yang lebih dominan yaitu 49,3% dimana hampir separuh responden dalam penelitian berusia 25-30 tahun.

anda tergabung dengan tiktok agency super power sebagai host streamer
300 jawaban



Gambar 1 : Persentase responden yang tergabung dengan TikTok Agency super Power

Pada gambar diatas dapat dinyatakan bahwa jumlah responden yang tergabung dengan *TikTok agency* Super Power sebanyak 300 responden dengan persentase 100%, yang artinya seluruh responden dalam penelitian ini tergabung dengan *TikTok agency* Super Power sebagai *host streamer*.

Uji Validitas Dan Reabilitas

Hasil uji validitas dari 17 pernyataan tentang pengaruh *TikTok agency* 17 butir dinyatakan valid, dan hasil uji validitas dari 17 butir pernyataan tentang profesionalisme *Host streamer* 17 butir pernyataan dikatakan valid

Hasil perhitungan uji reabilitas menunjukkan koefisien reabilitas dari variabel *TikTok Agency* (X) sebesar 0,663, sedangkan hasil perhitungan uji reabilitas dari variabel Profesionalisme *Host streamer* (Y) sebesar 0,604.

Uji Prasyarat

Uji Normalitas

Uji normalitas ini dimaksudkan untuk mengetahui bahwa distribusi penilaian tidak menyimpang secara signifikan dari distribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai ini lebih besar dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Tabel 3 Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sig.
Profesionalitas Host Streamer * Tiktok Agency	Between Groups	(Combined)	.000
		Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.218
	Within Groups		
	Total		

Berdasarkan hasil uji linearitas dapat dinyatakan bahwa nilai Sig. sebesar 0,218 yang menunjukkan bahwa nilai Sig. yang didapat lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel *Tiktok Agency* dengan *Profesionalitas Host Streamer*.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4 Uji regresi linear sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.443	1.947		14.612	.000
	Tiktok Agency	.523	.034	.664	15.346	.000

a. Dependent Variable: Profesionalitas Host Streamer

Berdasarkan hasil uji linear sederhana maka diperoleh nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients* α . Nilainya sebesar 28,443 yang artinya jika variabel *Tiktok Agency* tidak dilakukan atau bernilai 0 maka tingkat variabel Profesionalitas *Host Streamer* sebesar 28,443, dan nilai koefisien regresi sebesar 0,523. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1 satuan variabel *Tiktok Agency*, maka tingkat Profesionalitas *Host Streamer* bertambah sebesar 0,523. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dapat dikatakan bahwa variabel *Tiktok Agency* terhadap variabel Profesionalitas *Host Streamer* berpengaruh positif. Sehingga persamaan regresinya menjadi;

$$Y = 28,443 + 0,523.$$

Dari hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh t_{hitung} sebesar 15,346. Sedangkan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5% dan $df = 300 - 2 = 298$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,967. Berdasarkan hasil tersebut karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($15,346 > 1,967$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya *Tiktok Agency* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Profesionalitas *Host Streamer* di *Tiktok Agency Super Power*.

Koefisien Determinasi

Tabel 5 koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.441	.440	2.999
a. Predictors: (Constant), Tiktok Agency				
b. Dependent Variable: Profesionalitas Host Streamer				

Hasil dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas yaitu *Tiktok Agency* terhadap Profesionalitas *Host Streamer* adalah sebesar 0,441 atau 44,1%. Sedangkan 55,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y yaitu *Tiktok Agensi* terhadap Profesionalitas *Host Streamer* di *Tiktok Agensi Super Power*, Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh t hitung sebesar 15,346. Sedangkan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5% sebesar 1,967. Berdasarkan hasil tersebut karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($15,346 > 1,967$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya *Tiktok Agensi* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Profesionalitas *Host Streamer* di *Tiktok Agensi Super Power*.

Berdasarkan Koefisien Determinasi, terlihat nilai R Square sebesar 0,441. Sehingga dengan nilai R Square 0,441 maka diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 44,1%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas yaitu *Tiktok Agensi* terhadap Profesionalitas *Host Streamer* adalah sebesar 0,441 atau 44,1%. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberi beberapa saran yaitu peneliti selanjutnya agar bisa menggali faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Pengaruh *TikTok Agensi Terhadap Profesionalisme Host Streamer*, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan teknik pengumpulan data tambahan, tidak hanya kuisioner, seperti wawancara langsung kepada responden, peneliti

selanjutnya bisa melakukan pengujian terkait faktor lain yang dapat mempengaruhi profesionalisme *host streamer*. Dengan menerapkan saran ini, diharapkan dapat menghasilkan faktor faktor lain yang mempengaruhi profesionalisme *host streamer* yang lain sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan *host streamer* di platform *TikTok*.

DAFTAR PUSTAKA

- Canggara, Hafied (2002). *Dimensi Komunikasi*. Jakarta:Rajagrafindo Persada.
- Cantika, A. (2021). *New Media: Sebuah Pengantar*. Prenada Media.
- Flew, D. (2005). *What is new about new media?* *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(2), 3-22.
- Gibson, V. (2019). *The role of management in developing professionalism among entertainers*. *International Journal of Sports Management*, 4(1), 61-76.
- McQuail, D. (2011). *Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- Smith, A. (2020). *The Role Of Process Building And Management In Developing Professionalism Among Entertainers*. *International Journal Of Sports Management*, 4(2), 122-141.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sullivan, M. (2021). *Influencer Marketing: Effectiveness and Impact*. *Journal of Marketing Management*, 27(1), 41-60.
- Taylor, T. L. (2018). *Watch Me Play: Twitch and the Rise of Game Live Streaming*. Princeton University Press
- Tjiptono, A. (2011). *Penggunaan Media Sosial Untuk Penjualan: Kasus Studi TikTok*. *Tracings*, 1-17.