

Digital Storytelling in the Era of TikTok and Short-Form Video Content

By Paramita Hapsari, S.Ds, M.Ds

Submission date: 05-Aug-2024 01:46PM (UTC+0800)

Submission ID: 2427526644

File name: Digital_Storytelling_in_the_Era_of_TikTok_and_Short.pdf (378.12K)

Word count: 6880

Character count: 46001

47

Digital Storytelling in the Era of TikTok and Short-Form Video Content Oleh

.....

Abstract

The research investigates how platforms like TikTok can change the way stories are told in short videos and how that impacts digital videography production methods. Additionally, the study investigates how TikTok's recommendation algorithm affects the distribution and visibility of digital content and their influence on content diversity and inclusion. This study utilizes both qualitative and quantitative approaches. The study looks at the different approaches used by content creators on TikTok, as well as how the platform's algorithm selects and displays content to users. Research shows that TikTok's algorithm driven by user engagement personalizes the viewing experience by displaying content that suits individual preferences. This increases user engagement but also creates "filter bubbles" that can limit exposure to different types of content. In addition, these algorithms usually support already popular content, which allows videos to go viral quickly, but they prefer to support content that is already popular, which is difficult for new creators or niche content to get attention from. This research resulted in the discovery that TikTok's algorithm can help creator diversity by providing a platform for underrepresented voices. However, these algorithms have a risk of bias that can affect the visibility of content based on geographic location and demographics. This can lead to some groups of creators not being well represented or accepted. Case studies such as LGBTQ+ creator "BlackLivesMatter" and viral phenomenon "Ratatouille Musical" show that TikTok's algorithm has the ability to encourage creative cooperation and social movements, although initially the success of content depends on the ability to get engagement from its users. Additionally, the study found that TikTok's algorithm has a significant influence on the platform's diversity and inclusion, as well as the visibility and distribution of storytelling digital content. Therefore, it is important to understand and address algorithmic bias to ensure that everyone views TikTok correctly and inclusively.

Keywords : Videography, Video Content, Digital Storytelling

Abstrak

Penelitian ini menyelidiki bagaimana platform seperti TikTok dapat mengubah cara bagaimana cerita disampaikan dalam video pendek dan bagaimana hal itu berdampak pada metode produksi videografi digital. Selain itu, penelitian ini menyelidiki bagaimana algoritma rekomendasi TikTok mempengaruhi distribusi dan visibilitas konten digital serta pengaruh mereka terhadap keragaman dan inklusi konten. Studi ini memanfaatkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Studi ini melihat berbagai pendekatan yang digunakan oleh kreator konten di TikTok, serta bagaimana algoritma platform tersebut memilih dan menampilkan konten kepada pengguna. Penelitian menunjukkan bahwa algoritma TikTok yang didorong oleh keterlibatan pengguna mempersonalisasi pengalaman menonton dengan menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi individu. Ini meningkatkan keterlibatan pengguna tetapi juga menciptakan "filter

bubbles" yang dapat membatasi eksposur terhadap berbagai jenis konten. Selain itu, algoritma ini biasanya mendukung konten yang sudah populer, yang memungkinkan video menjadi viral dengan cepat, namun mereka lebih suka mendukung konten yang sudah populer, yang sulit bagi kreator baru atau konten niche untuk mendapatkan perhatian. Penelitian ini menghasilkan penemuan bahwa algoritma TikTok dapat membantu keragaman kreator dengan memberikan platform untuk suara-suara yang kurang terwakili. Namun, algoritma ini memiliki risiko bias yang dapat mempengaruhi visibilitas konten berdasarkan lokasi geografis dan demografi. Hal ini dapat menyebabkan beberapa kelompok kreator tidak diwakili atau diterima dengan baik. Studi kasus seperti kreator LGBTQ+ "BlackLivesMatter" dan fenomena viral "Ratatouille Musical" menunjukkan bahwa algoritma TikTok memiliki kemampuan untuk mendorong kerja sama kreatif dan gerakan sosial, meskipun awalnya keberhasilan konten bergantung pada kemampuan untuk mendapatkan interaksi dari penggunanya. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa algoritma TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keragaman dan inklusi platform, serta visibilitas dan distribusi konten digital storytelling. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengatasi bias algoritmik untuk memastikan bahwa semua orang melihat TikTok dengan benar dan inklusif.

Kata Kunci : Videografi, Konten Video, Digital Storytelling

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi dan platform media sosial, Digital Storytelling telah mengalami transformasi yang signifikan. Pada awalnya, kisah Digital Storytelling banyak dilakukan melalui blog, situs web, dan platform video seperti YouTube. Namun, dengan munculnya aplikasi berbagi video pendek seperti TikTok, cara orang atau konten kreator membuat dan mengonsumsi konten visual telah berubah secara drastis. TikTok yang diluncurkan pada tahun 2016, telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial paling populer di seluruh dunia, terutama di kalangan generasi muda. TikTok memungkinkan pengguna membuat video kreatif dengan durasi singkat dari beberapa detik hingga satu menit, yang seringkali diiringi musik, efek visual, dan bahkan teks. TikTok telah berkembang menjadi platform yang kuat untuk Digital Storytelling karena kemampuan untuk mengedit video secara langsung melalui aplikasi dan kemudahan berbagi konten.

TikTok dan platform sejenis telah memaksa pengguna untuk menjadi kreatif dalam waktu yang sangat singkat. TikTok telah mengubah cara orang melihat dan menikmati kontennya. Format konten yang lebih panjang telah digantikan oleh video pendek yang mudah dicerna. TikTok sering menunjukkan tren sosial dan budaya saat ini. Dengan popularitas TikTok yang meningkat, banyak kreator konten mencari cara untuk mendapatkan uang dengan konten mereka. Namun, masalah privasi dan penggunaan data pribadi sering kali muncul di platform

seperti TikTok¹. TikTok juga menjadi platform bagi penyebaran informasi dan potensi misinformasi

Dengan mempertimbangkan masalah yang sedang berkembang, peneliti menemukan bahwa ada banyak masalah atau masalah yang muncul dan belum diselesaikan sebagai akibat dari keberadaan platform seperti TikTok dan sejenisnya dalam dunia digital storytelling saat ini. Beberapa masalah seperti bagaimana batasan mempengaruhi gaya cerita dan pendekatan naratif yang digunakan oleh para kreator saat ini, dan bagaimana melihat perubahan ini memengaruhi perhatian dan keterlibatan audiens, bagaimana TikTok mempengaruhi budaya populer, identitas pengguna, komunikasi, dan model bisnis untuk monetisasi video pendek, dan industri kreatif. Apa saja kebijakan privasi TikTok, efeknya terhadap pengguna, dan konsekuensi etis dari pengumpulan data dan algoritma rekomendasi konten, bagaimana informasi disebarluaskan di TikTok, termasuk berita palsu dan propaganda, dan cara untuk mengatasi masalah ini. Selain itu, bagaimana TikTok dapat digunakan dalam pendidikan dan bagaimana video pendek dapat digunakan untuk menyampaikan konten edukatif.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (case study), yaitu melakukan studi kasus pada pembuat konten di TikTok untuk menilai gaya cerita mereka, jenis konten yang mereka buat, dan bagaimana konten tersebut berdampak pada audiens. Selain itu, untuk mendukung hasil penelitian, Studi Pustaka menggunakan data sekunder seperti studi sebelumnya, jurnal penelitian lain, dan data analitik dari TikTok.

3. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana teknik Digital Storytelling yang digunakan oleh kreator konten di TikTok mempengaruhi keterlibatan dan respons audiens? Peneliti akan meneliti berbagai pendekatan naratif yang digunakan dalam video pendek TikTok dan bagaimana masing-masing pendekatan berdampak pada jumlah likes, komentar, dan subscribe, serta respons emosional dari audiens.
- 2) Apa saja tren dan tema dominan dalam konten video pendek di TikTok, dan bagaimana tren ini mencerminkan perubahan dalam konsumsi media digital? Peneliti akan menemukan tren konten populer dan tema yang sering muncul dalam video TikTok serta bagaimana hal ini mencerminkan pergeseran pola konsumsi media digital oleh penggunanya, terutama generasi muda.
- 3) Bagaimana algoritma rekomendasi TikTok mempengaruhi visibilitas dan distribusi konten Digital Storytelling, serta dampaknya terhadap keragaman dan inklusivitas konten?

¹ Monetisasi-konten-tiktok-dalam-tahap-pembahasan.<https://tirto.id/monetisasi-konten-tiktok-dalam-tahap-pembahasan-f4CA>

4. Kajian Literatur dan Teori

1) Digital Storytelling

Digital Storytelling mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk menceritakan kisah dalam bentuk teks, audio, dan video. Seiring dengan kemajuan teknologi dan platform media sosial, literasi digital telah berkembang pesat. Dalam buku yang ditulis oleh Joe Lambert berjudul *Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community* (2013), disebutkan bahwa Digital Storytelling memungkinkan orang untuk mengekspresikan diri dan membagikan pengalaman mereka dengan audiens yang tersebar di seluruh dunia melalui media digital. Menurut Lambert, *digital storytelling* adalah cara untuk menggabungkan seni bercerita dengan teknologi digital, yang memungkinkan setiap orang untuk membuat dan membagikan cerita mereka dalam format yang menarik dan mudah diakses. Dengan tujuan memfasilitasi penyampaian cerita yang efektif dan signifikan, proses ini mencakup tindakan seperti melihat cerita, menyusun, dan membagikannya. Digital storytelling memungkinkan orang untuk mengekspresikan diri mereka dan membagikan pengalaman mereka dengan audiens global melalui media digital, menurut Lambert (2013).²

2) TikTok dan Video Pendek

TikTok, yang didirikan oleh perusahaan teknologi Byte Dance pada tahun 2016, telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer untuk konten video pendek. Menurut artikel yang diterbitkan di *International Journal of Communication*, TikTok diluncurkan secara global pada tahun 2017 setelah sebelumnya dikenal sebagai Douyin di pasar Tiongkok pada tahun 2016. Memungkinkan pengguna membuat dan berbagi video pendek yang dilengkapi dengan musik, filter, dan berbagai efek visual, platform ini berkembang dengan cepat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kaye, Chen, dan Zeng, elemen-elemen seperti kemudahan penggunaan, fitur interaktif, dan algoritma rekomendasi yang canggih berkontribusi pada popularitas TikTok dan pengguna globalnya. TikTok memungkinkan pengguna membuat, mengedit, dan berbagi video dengan durasi pendek yang diiringi oleh musik dan berbagai efek. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kaye, Chen, dan Zeng (2020), algoritma rekomendasi yang kuat, fitur interaktif, dan kemudahan penggunaan adalah tiga faktor utama yang meningkatkan popularitas TikTok³.

3) Algoritma Rekomendasi dan Visibilitas Konten

Algoritma rekomendasi TikTok sangat penting untuk menentukan bagaimana konten akan dilihat orang. Algoritma ini menyajikan konten yang dipersonalisasi kepada pengguna

² Prasetyawati, A. (2020). Digital Storytelling Kok Bisa?: Mengubah Keberlimpahan Informasi menjadi Konten Edukasi Digital Storytelling Kok Bisa?: Turning Abundance of Information into Educational Content. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 199-212.

³ Zeng, J., Abidin, C., & Schäfer, M. S. (2021). Research perspectives on TikTok & its legacy apps| research perspectives on TikTok and its legacy apps—introduction. *International Journal of Communication*, 15, 12.

berdasarkan perilaku pengguna, seperti tontonan, likes, komentar, dan berbagi. Zeng et al. (2021) menekankan bahwa algoritma yang disarankan TikTok dapat menciptakan "filter bubbles" yang memungkinkan pengguna hanya terpapar pada jenis konten tertentu, yang dapat mempengaruhi keragaman dan inklusi konten yang dilihat. Hal ini dapat membatasi keragaman dan inklusi konten yang dilihat pengguna, yang berdampak pada cara mereka melihat dunia luar. Algoritma ini merekomendasikan konten untuk pengguna dengan menggunakan faktor personalisasi seperti bahasa, lokasi, tindakan suka, dan tindakan yang mengikutinya.⁴

4) Keterlibatan dan Respons Audiens

Salah satu metrik penting di platform media sosial adalah keterlibatan pengguna. Jumlah comments, share dan likes dapat digunakan untuk mengukur keterlibatan. Studi yang dilakukan oleh De Vries, Gensler, dan Leeftang (2012) menemukan bahwa konten yang menarik dan relevan memiliki kecenderungan untuk mendorong keterlibatan yang lebih besar. TikTok sering menggunakan musik, efek visual, dan tantangan (challenges) untuk menarik pengguna.

5) Tren dan Tema dalam Konten Video Pendek

Tren konten di TikTok sering kali dipengaruhi oleh tantangan viral, meme, dan peristiwa terkini. Menurut Abidin (2020)⁵, tren ini dapat mencerminkan dinamika sosial dan budaya saat ini, serta memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam budaya populer. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Omar dan Dequan (2020), topik seperti hiburan, pendidikan, dan kesejahteraan pribadi sering mendominasi konten di TikTok⁶.

6) Teori Keterlibatan (Engagement Theory)

Teori keterlibatan yang diperkenalkan oleh Kearsley dan Shneiderman (1998)⁷, menyatakan bahwa keterlibatan terjadi ketika pengguna merasa tertarik dengan konten dan terlibat secara aktif dengannya. Di TikTok, hal-hal seperti relevansi konten, interaktivitas, dan kemampuan untuk berbagi pengalaman pribadi dapat membantu pengguna menjadi lebih terlibat.

7) Teori Difusi Inovasi (Diffusion of Innovations Theory)

Everett M. Rogers (2003) membuat teori difusi inovasi yang menjelaskan bagaimana teknologi dan ide-ide baru menyebar dalam masyarakat melalui lima faktor utama seperti

⁴ Boeker, M., & Urman, A. (2022, April). An empirical investigation of personalization factors on TikTok. In *Proceedings of the ACM web conference 2022* (pp. 2298-2309).

⁵ Vizcaino-Verdú, A., & Abidin, C. (2022). Music challenge memes on TikTok: Understanding in-group storytelling videos. *International Journal of Communication*, 16, 26.

⁶ Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage.

⁷ Kearsley, G., & Shneiderman, B. (1998). Engagement theory: A framework for technology-based teaching and learning. *Educational technology*, 38(5), 20-23.

keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan untuk diuji coba (trialability), dan kemampuan untuk diamati. Kompatibilitas inovasi dengan nilai-nilai, pengalaman dan kebutuhan potensial pengguna dikenal sebagai keunggulan relatif. Seberapa mudah inovasi dipahami dan digunakan disebut kompleksitas. Kemampuan untuk menguji coba adalah sejauh mana inovasi dapat diuji pada skala kecil sebelum diadopsi secara keseluruhan, dan kemampuan untuk melihat adalah seberapa jelas hasil inovasi dapat diamati oleh orang lain.

Teori difusi inovasi (Rogers, 2003) menjelaskan bagaimana teknologi dan gagasan baru menyebar ke masyarakat. TikTok, platform yang inovatif, telah berhasil menarik banyak pengguna internet, terutama generasi muda. Faktor-faktor seperti keunggulan komparatif, kompatibilitas, kompleksitas, dan kemampuan untuk diuji coba memengaruhi pilihan pengguna untuk menggunakan TikTok.⁸

8) Teori Media Sosial dan Identitas Diri (Social Media and Self-Identity Theory)

Teori ini, yang didukung oleh Goffman (1959)⁹, mengklaim bahwa media sosial menawarkan platform di mana orang dapat menampilkan diri mereka kepada dunia. TikTok memberi orang kesempatan untuk mengkurasi identitas mereka melalui konten yang mereka buat dan bagikan. Menurut Zhao, Grasmuck, dan Martin (2008), persepsi identitas diri dan interaksi sosial dapat dipengaruhi oleh representasi diri di media sosial.

TikTok dan platform video pendek lainnya telah mengubah cara Digital Storytelling disampaikan dan dikonsumsi. Penelitian perlu dilakukan untuk mempelajari pengaruh teknik kisah digital, algoritma rekomendasi, tren konten, dan keterlibatan audiens di era video pendek, serta dampaknya terhadap ekonomi kreator dan budaya populer.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Teknik Digital Storytelling yang digunakan oleh kreator konten di TikTok mempengaruhi keterlibatan dan respons audiens.

Peneliti melalui berbagai pendekatan naratif yang digunakan dalam video pendek TikTok dan bagaimana pendekatan ini memengaruhi keterlibatan (seperti jumlah likes, comments, dan share) dan respons emosional audiens. Digital storytelling menggunakan berbagai pendekatan untuk menyampaikan narasi yang kuat dan menarik¹⁰.

a. Penggunaan Musik dan Efek Suara

Penggunaan musik, suara, dan efek audio untuk menciptakan suasana dan emosi dalam video sangat penting untuk menarik perhatian audiens dan menciptakan suasana

⁸ Carey, K. L. (2017). *An Analysis of Factors that Impact Diffusion and Adoption of Digital Badges*. Old Dominion University.

⁹ Davis, J. L. (2016). Identity theory in a digital age. *New directions in identity theory and research*, 15(1), 137-64.

¹⁰ Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community*. Routledge.

tertentu. Seringkali, musik populer atau tren digunakan untuk meningkatkan visibilitas video. Contohnya, kreator seperti @bellapoarch telah mengumpulkan jutaan likes dan comments karena penggunaan musik yang sinkron dengan gerakan bibir.

b. Penciptaan Cerita Singkat dan Menarik

Kreator menggunakan narasi yang padat dan menarik dalam durasi pendek, sering kali dengan twist atau kejutan di akhir untuk menjaga perhatian penonton. Contoh: Video oleh @spencerx, yang menggabungkan narasi dengan beatboxing, berhasil menarik jutaan penonton karena cerita yang singkat dan memikat.

c. Partisipasi dalam Tantangan (Challenges)

Dengan mengikuti tren tantangan populer di TikTok, kreator dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan. Memanfaatkan hashtag tertentu yang memudahkan penemuan konten seringkali menjadi tantangan. Salah satu contohnya adalah tantangan #SavageLoveChallenge oleh @jasonderulo, yang melibatkan tarian yang mudah diikuti dan melibatkan banyak orang.

d. Interaksi Langsung dengan Audiens

Kreativitas yang berinteraksi langsung dengan audiens melalui balasan komentar atau video duet cenderung memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi. Interaksi ini memberikan penonton perasaan koneksi langsung. Untuk contoh, @charlidamelio sering bekerja sama dengan penggemar untuk meningkatkan keterlibatan melalui berbagi dan komentar.

e. Penggunaan Visual dan Efek Kreatif

Efek visual yang menarik dan kreatif membantu konten menonjol dan menarik perhatian audiens. Beberapa teknik yang populer termasuk transisi cepat, filter, dan efek augmented reality (AR). Sebagai contoh, @zachking selalu berhasil memukau penonton dan mendorong keterlibatan melalui ilusi visual dan efek video yang luar biasa.

f. Narasi Pribadi, dimana konten kreator menggunakan pengalaman pribadi untuk membuat cerita lebih autentik dan relatable.¹¹

g. Visualisasi, konten seringkali memanfaatkan gambar, video, dan grafik untuk memperkuat pesan cerita.¹²

¹¹ Digital Storytelling examples . <https://www.veev.design/blog/digital-storytelling-examples/>

¹² Visual Storytelling. <https://brilliantio.com/visual-storytelling/>

Seperti yang ditunjukkan oleh dampak teknik penceritaan digital terhadap keterlibatan dan respons audiens, teknik penceritaan yang efektif secara signifikan memengaruhi keterlibatan dan respons emosional audiens, di antaranya adalah:

a. Jumlah Likes dan Komentar

Video yang menggunakan musik populer dan efek suara yang menarik rata-rata dapat mengumpulkan 30% lebih banyak likes dan komen daripada video tanpa musik. Cerita singkat dengan twist di akhir cenderung mendapatkan lebih banyak respons positif, termasuk komentar yang memuji kreativitas dan meminta lebih banyak konten serupa. Dalam kebanyakan kasus, video dengan alur cerita yang mengejutkan atau twist menghasilkan komentar yang memuji pencipta dan meminta lebih banyak konten serupa. Teknik narasi ini menciptakan emosi dan mendorong audiens untuk berinteraksi lebih banyak dengan konten.¹³ Teknik narasi ini menciptakan emosi dan mendorong audiens untuk berinteraksi lebih banyak dengan konten¹⁴

b. Tingkat Berbagi (Shares)

Tantangan yang melibatkan hashtag populer meningkatkan kemungkinan video dibagikan oleh 40%, karena audiens tertarik untuk berpartisipasi dan membagikan pengalaman mereka sendiri. Video yang menampilkan interaksi langsung dengan audiens, seperti balasan komentar, juga lebih mungkin untuk dibagikan, karena penonton merasa lebih terlibat dan dihargai.¹⁵ Video yang menampilkan interaksi langsung dengan audiens, seperti balasan komentar, juga cenderung lebih sering dibagikan. Ketika penonton merasa terlibat dan dihargai, mereka lebih mungkin untuk membagikan konten tersebut kepada jaringan mereka. Ini meningkatkan visibilitas dan keterlibatan konten secara keseluruhan

c. Respons Emosional Audiens

Teknik Storytelling yang menggunakan efek visual kreatif sering kali memicu respons emosional yang kuat, termasuk kejutan dan kekaguman, yang tercermin dalam komentar dan reaksi emoji. Narasi yang autentik dan personal meningkatkan empati dan koneksi emosional dengan penonton, yang pada gilirannya mendorong keterlibatan lebih tinggi.¹⁶ Narasi yang autentik dan personal juga sangat efektif dalam meningkatkan empati dan koneksi emosional dengan penonton. Ketika cerita disampaikan dengan kejujuran dan pengalaman pribadi, penonton lebih cenderung merasa terhubung secara emosional. Ini mendorong mereka untuk lebih terlibat, baik melalui likes, komentar, maupun berbagi konten tersebut. Penggunaan elemen visual

¹³ Social Media videos does sound matter. <https://storykit.io/blog/social-media-videos-does-sound-matter>

¹⁴ How to track and improve viewer engagement. <https://sproutvideo.com/blog/how-to-track-and-improve-viewer-engagement.html>

¹⁵ How Social Media Challenges Become Wildly Successful. <https://sproutsocial.com/insights/tiktok-challenges/>

¹⁶ The Science of Storytelling how to evoke emotion and get your audience to give. <https://bloomerang.co/blog/the-science-of-storytelling-how-to-evoke-emotion-and-get-your-audience-to-give/>

yang mendukung cerita autentik, seperti gambar atau video yang menggambarkan momen-momen nyata dan relatable, dapat memperkuat ikatan emosional tersebut¹⁷

Beberapa studi kasus yang terjadi adalah:

- a. Bella Poarch (@bellapoarch), dimana tekniknya adalah dengan menggunakan music populer dan sinkronisasi gerakan bibir yang sempurna. Hasil nya adalah bahwa video "M to the B" mendapatkan lebih dari 50 juta likes, menjadi salah satu video paling disukai di TikTok. Teknik ini berhasil karena penggunaan musik yang sedang tren dan ekspresi wajah yang menarik perhatian. Bella Poarch (@bellapoarch), dimana tekniknya adalah dengan menggunakan music populer dan sinkronisasi gerakan bibir yang sempurna. Hasil nya adalah bahwa video "M to the B" mendapatkan lebih dari 50 juta likes, menjadi salah satu video paling disukai di TikTok. Teknik ini berhasil karena penggunaan musik yang sedang tren dan ekspresi wajah yang menarik perhatian.¹⁸ Teknik yang digunakan oleh Bella Poarch, yaitu sinkronisasi gerakan bibir yang akurat dengan musik populer, menunjukkan bahwa elemen-elemen visual dan audio yang kuat dapat secara signifikan meningkatkan keterlibatan dan respons emosional audiens. Ekspresi wajah yang hidup dan menarik, bersama dengan musik yang sedang populer, menciptakan konten yang sangat mudah diingat dan menarik untuk dibagikan oleh pengguna TikTok. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya penggunaan musik yang relevan dan ekspresi visual yang menarik dalam menciptakan konten yang dapat menarik perhatian dan mempertahankan minat audiens di platform media sosial.
- b. Zach King (@zachking), dengan teknik penggunaan efek visual dan ilusi yang memukau. Sehingga menghasilkan Video "Escape from the Magical Room" dan mendapat lebih dari 2 juta likes dan banyak komentar yang memuji kreativitasnya. Penggunaan efek visual yang inovatif membuat video ini sangat menonjol dan mendorong keterlibatan tinggi. Dalam karirnya, Zach King berhasil memanfaatkan platform seperti Vine, YouTube, dan sekarang TikTok untuk menampilkan triknya. Video-videonya sering kali menampilkan perubahan luar biasa dan transisi halus yang menciptakan ilusi bahwa objek muncul, menghilang, atau berubah bentuk secara magis. Misalnya, dalam "Escape from the Magical Room," dia menggunakan editing yang tepat untuk menciptakan ilusi seolah-olah dia teleportasi atau melakukan hal-hal yang mustahil di dunia nyata. Penggunaan efek visual yang inovatif membuat video ini sangat menonjol dan mendorong keterlibatan tinggi.¹⁹ Kesuksesan Zach King di TikTok juga didukung oleh kemampuannya untuk menggabungkan narasi yang

¹⁷Visual Storytelling: Using Photography to Evoke Emotions and Drive Engagement. <https://strikepointmedia.com/blog/visual-storytelling-using-photography-to-evoke-emotions-and-drive-engagement/>

¹⁸ Bella Poarch went viral after her TikTok to the Millie B's 'M to the B' song. <https://www.capitalfm.com/internet/bella-poarch/m-to-the-b/>

¹⁹ From Magic Vines to TikTok Stardom: The Rise of Zach King. <https://www.nilatch.com/2023/05/from-magic-vines-to-tiktok-stardom-rise.html>

menarik dengan visual yang memukau, menciptakan pengalaman yang benar-benar imersif bagi penontonnya. Kemampuannya untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan batasan platform baru seperti TikTok telah membuatnya tetap relevan dan sangat populer di kalangan pengguna media sosial

Teknik Digital Storytelling di TikTok sangat penting untuk menarik dan mempertahankan audiensnya, karena menggunakan berbagai teknik untuk memengaruhi keterlibatan dan respons emosional.

2. Teknik Digital Storytelling mempengaruhi keterlibatan dan respons audiens.

Penelitian juga bertujuan untuk mengidentifikasi tren dan tema utama yang mendominasi konten video pendek di TikTok serta bagaimana tren ini mencerminkan pergeseran pola konsumsi media digital di kalangan pengguna terutama generasi muda. Beberapa Teknik Digital Storytelling mempengaruhi keterlibatan dan respons audiens, dimana tren dan tema dominan yang ditemukan meliputi:

a. Tantangan (Challenges)

Tantangan (Challenges) seringkali menjadi viral dan diikuti oleh banyak pengguna. Tantangan biasanya memiliki hashtag tertentu dan melibatkan tugas yang dapat dilakukan oleh siapa saja. Savage Challenge, Flip The Switch, dan Renegade Challenge adalah contohnya.²⁰

b. Tutorial dan Tips (How-To Videos)

Konten yang menawarkan tutorial atau nasihat singkat tentang berbagai topik seperti kecantikan, memasak, dan keterampilan membuat sendiri. Contoh konten ini termasuk tutorial makeup oleh @jamescharles dan resep memasak cepat oleh @gordonramsayofficial.²¹

c. Konten Edukasi (Educational Content)

Video pendek yang menyampaikan informasi edukatif dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Temanya mencakup bahasa, sains, dan sejarah, @historychannel menyajikan informasi sejarah singkat dan @billnye menjelaskan konsep ilmiah dasar.

d. Komedi dan Sketsa (Comedy and Skits)

Konten komedi yang bertujuan untuk menghibur melalui sketsa komedi, parodi, dan meme. Contohnya adalah sketsa komedi dari @kingbach dan parodi budaya pop dari @lelepons.

e. Konten Musik dan Tari (Music and Dance)

Video yang mengutamakan penampilan musik dan tarian. TikTok terkenal karena tantangan menari dan video lip-sync. Contohnya adalah tarian dari @addisonre dan konten musik dari @lizzo.

²⁰ The Rise of TikTok: The Evolution of a Social Media Platform During COVID-19. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-66611-8_6

²¹ Unlocking Learning on TikTok: The Surge of Educational Content. <https://beyondtiktok.com/tiktoks-classroom-exploring-the-surge-of-educational-videos-on-social-media/>

f. Lifestyle dan Vlog Singkat (Lifestyle and Short Vlogs)

Konten yang menunjukkan gaya hidup sehari-hari, kegiatan pribadi, atau cerita singkat dari kehidupan sehari-hari. Contohnya Vlog harian oleh @emma chamberlain, gaya hidup sehat oleh @fitgurlmel.

Ada pergeseran besar dalam cara pengguna menggunakan media digital, terutama generasi muda, yang dipengaruhi oleh tren di TikTok, termasuk diantaranya:

- a. Konsumsi Konten Cepat dan Ringkas. Pengguna atau penonton cenderung menyukai konten yang cepat dan ringkas, seperti video pendek TikTok berdurasi 15 hingga 60 detik. Format ini mencerminkan pergeseran ke arah konsumsi media yang lebih cepat, di mana pengguna mencari hiburan dan informasi dengan cepat dan mudah dicerna.²²
- b. Interaksi dan Partisipasi Aktif. TikTok mendorong interaksi aktif melalui penggunaan fitur duet dan berpartisipasi dalam tantangan. Penggunaannya tidak hanya menjadi pengguna pasif tetapi juga berperan sebagai kreator aktif, membangun budaya kolaboratif dan partisipatif.²³
- c. Personalisasi dan Algoritma Rekomendasi. Algoritma TikTok yang kuat untuk merekomendasikan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna meningkatkan keterlibatan dan retensi pengguna dengan memberikan pengalaman yang dipersonalisasi kepada pengguna, yang membuat mereka lebih cenderung untuk tetap berada di platform lebih lama dan melihat lebih banyak konten.²⁴
- d. Kecenderungan terhadap konten yang menggabungkan elemen visual dan audio. Konten yang menawarkan pengalaman multi-indra, seperti video dengan musik yang menarik, efek visual, dan narasi yang kuat, lebih disukai oleh pengguna.²⁵

Beberapa contoh dari konten kreator yang menggabungkan berbagai video, music dan tantangan yaitu seperti "Renegade Challenge" yang menggunakan lagu "Lottery" oleh K CAMP menjadi viral dan diikuti oleh jutaan pengguna. Meningkatkan partisipasi pengguna melalui interaksi sosial dan partisipasi aktif. Tantangan ini juga membantu lagu menjadi populer di platform streaming musik lainnya.²⁶ Contoh lainnya adalah tutorial makeup oleh James Charles (@jamescharles), seorang influencer kecantikan yang sering membagikan tutorial makeup singkat di TikTok. Tutorial ini memiliki jutaan views dan likes. Ini menunjukkan minat besar dalam konten edukatif yang disajikan dengan cara yang menarik dan

²² TikTok Video Length: A Comprehensive Guide for Content Creators. <https://planly.com/tiktok-video-length/>

²³ How short-form videos took over the digital content landscape. <https://www.metrixlab.com/portfolio/the-rise-of-tiktok-and-short-form-videos/>

²⁴ Boeker, M., & Urman, A. (2022, April). An empirical investigation of personalization factors on TikTok. In *Proceedings of the ACM web conference 2022* (pp. 2298-2309).

²⁵ How short-form videos took over the digital content landscape. <https://www.metrixlab.com/portfolio/the-rise-of-tiktok-and-short-form-videos/>

²⁶ Everyone is doing the Renegade. Including the teen who started it. <https://www.dailydot.com/unclick/renegade-dance-tiktok-jalaiah-harmon/>

mudah dipahami.²⁷ Dengan pergeseran menuju konten yang cepat, interaktif, dan personal, tren dan tema konten di TikTok mencerminkan perubahan besar dalam konsumsi media digital.

3. Pengaruh Algoritma Rekomendasi TikTok terhadap Visibilitas dan Distribusi Konten

Algoritma rekomendasi TikTok sangat penting untuk menentukan konten yang dilihat oleh pengguna. Studi menunjukkan bahwa sekitar 30% hingga 50% dari video pertama kali dilihat pengguna TikTok didasarkan pada interaksi sebelumnya, seperti video yang disukai atau diikuti oleh pengguna. Hal ini menghasilkan ekosistem di mana konten yang disesuaikan dengan preferensi pengguna muncul lebih sering, sementara konten yang tidak sesuai cenderung tidak terlihat. Dengan cara ini, algoritma TikTok dapat meningkatkan minat pengguna dengan menciptakan "filter bubbles" yang memungkinkan pengguna melihat hanya jenis konten tertentu, yang dapat mengurangi keragaman dan inklusi konten.²⁸

Algoritma TikTok yang disarankan secara efektif memperkuat konten yang sedang populer, memungkinkan video menjadi viral dalam waktu singkat. Meskipun ini membantu kreator konten mendapatkan visibilitas yang besar secara cepat, algoritma ini juga cenderung mendukung konten yang sudah populer yang membuatnya sulit bagi pencipta baru atau konten yang lebih niche untuk mendapatkan perhatian. Hal ini memungkinkan video yang sedang populer mencapai audiens yang lebih luas dengan cepat.²⁹

Meskipun algoritma ini memungkinkan kreator konten mendapatkan visibilitas yang besar secara cepat, ada juga kekurangan algoritma ini. Algoritma biasanya mendukung konten yang sudah populer, sehingga sulit bagi pencipta konten baru atau konten yang lebih spesifik untuk mendapatkan perhatian. Kreator yang memiliki banyak pengikut atau mengikuti tren populer lebih mungkin mendapatkan tempat di halaman "For You" (FYP), sementara konten kreator baru mungkin terjebak dalam banyaknya konten yang diunggah setiap hari. Sebagai contoh, tren seperti tantangan menari atau hashtag viral dapat menarik jutaan likes dan views dengan cepat. Karena algoritma lebih fokus pada konten yang sudah sangat populer, konten yang lebih niche atau dari kreator baru seringkali tidak mendapatkan perhatian yang sama.

Kreator baru disarankan untuk memanfaatkan tren populer, menggunakan hashtag yang relevan, dan berinteraksi secara aktif dengan komunitas mereka untuk menghadapi masalah ini. Menggunakan fitur seperti duet dan stitch juga dapat meningkatkan visibilitas dengan memungkinkan orang untuk bekerja sama dan berinteraksi dengan konten populer lainnya.

²⁷ How Much TikTok Pays Creators for Views. <https://www.businessinsider.com/how-much-tiktok-pays-creators-for-views>

²⁸ Boeker, M., & Urman, A. (2022, April). An empirical investigation of personalization factors on TikTok. In *Proceedings of the ACM web conference 2022* (pp. 2298-2309).

²⁹ TikTok Algorithm Guide 2024: Everything We Know About How Videos Are Ranked. <https://buffer.com/resources/tiktok-algorithm/>

Dampak terhadap Keragaman dan Inklusivitas Konten

a. Representation of Diverse Creators

Dengan memberikan platform bagi suara-suara yang kurang terwakili, algoritma TikTok dapat membantu keragaman kreator. Algoritma rekomendasi TikTok memainkan peran penting dalam menentukan konten mana yang mendapatkan visibilitas. Algoritma yang sangat mempengaruhi representasi kreator yang beragam di platform, meskipun algoritma ini dapat memberikan visibilitas bagi berbagai kelompok. Algoritma ini melacak interaksi pengguna, seperti likes, komentar, dan durasi menonton, juga untuk mengoptimalkan halaman "For You" yang dipersonalisasi untuk meningkatkan keterlibatan dan retensi pengguna. Namun, sistem ini mungkin secara tidak sengaja bias, yang berdampak pada visibilitas konten kelompok yang kurang terwakili. Sebagai contoh algoritma ini seringkali memperkuat konten dengan interaksi awal yang tinggi, menguntungkan kreator dan video yang sudah populer, meskipun mereka dapat mempromosikan suara-suara yang beragam dengan memperkenalkan pengguna pada konten yang baru dan beragam. Hal ini dapat membuat konten yang dibuat oleh pencipta baru atau niche sulit untuk mendapatkan perhatian. Kasus seperti Renegade, di mana pencipta pertamanya, Jalaiah Harmon, tidak mendapatkan pengakuan yang cepat sementara pengguna lain yang lebih terkenal menggunakan karyanya, menggambarkan masalah ini³⁰

Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa meskipun mengikuti pedoman komunitas pengguna yang terpinggirkan, seperti komunitas **LGBTQ+** atau minoritas rasial, sering merasa konten mereka ditekan atau disensor secara tidak adil. Fokus yang lebih besar ini dapat membatasi keragaman suara dan perspektif yang ada di platform. TikTok telah berusaha mendukung kreator yang beragam melalui berbagai inisiatif dan dengan menyoroti berbagai konten meskipun ada masalah ini. Potensi platform ini sebagai kekuatan positif untuk inklusivitas ditunjukkan oleh jangkauannya yang luas dan kemampuan untuk menantang stereotip dan meningkatkan pemahaman budaya. Secara keseluruhan meskipun algoritma TikTok dapat mendukung keragaman dengan memberikan platform untuk suara-suara yang kurang terwakili, mereka juga menimbulkan risiko bias dan memerlukan pengawasan terus-menerus untuk memastikan bahwa ruang digital benar-benar inklusif.

b. Content Homogenization

Karena algoritma lebih memilih konten yang dianggap "aman" dan populer, mengabaikan variasi dan inovasi, algoritma yang berfokus pada keterlibatan tinggi di TikTok cenderung mempromosikan jenis konten yang serupa, yang menghasilkan homogenisasi konten. Ini dapat mengurangi keragaman konten yang dilihat pengguna. Algoritma ini menampilkan konten yang dianggap paling menarik bagi setiap pengguna di halaman "For You" mereka dengan menggunakan interaksi pengguna seperti likes, komentar, dan durasi menonton. Ini seringkali meningkatkan visibilitas konten yang sudah populer atau memiliki banyak interaksi awal.

³⁰ Ungless, E. L., Markl, N., & Ross, B. (2024). Experiences of censorship on TikTok across marginalized identities. arXiv preprint arXiv:2407.14164.

Tetapi metode ini memiliki efek samping yang signifikan juga. TikTok algoritma cenderung memprioritaskan konten yang dianggap "aman" dan populer, mengabaikan inovasi dan variasi. Akibatnya, pengguna mungkin lebih sering terpapar pada konten yang serupa, yang dapat mengurangi keragaman konten yang dilihat dan mengurangi kemungkinan konten dari kreator atau niche baru untuk mendapatkan perhatian yang sama³¹

Misalnya, tren viral di TikTok sering mendorong pengguna untuk mereplikasi konten yang serupa, yang dapat menyebabkan pengulangan dan homogenisasi budaya di platform tersebut. Hal ini dapat menghambat kreativitas dan inovasi karena pengguna lebih cenderung membuat konten yang dianggap memiliki banyak interaksi daripada bereksperimen dengan ide-ide baru yang mungkin tidak segera populer. Secara keseluruhan, meskipun algoritma TikTok efektif dalam meningkatkan keterlibatan pengguna dengan menampilkan konten yang relevan, penting untuk memahami dan menghindari potensi homogenisasi konten untuk memastikan platform tetap kaya dengan variasi dan inovasi.

c. Algorithmic Bias

Algoritma dapat memiliki bias yang dapat mempengaruhi visibilitas konten berdasarkan parameter seperti lokasi geografis, demografi, atau preferensi sebelumnya. Akibatnya, beberapa kelompok kreator dan konten mungkin tidak terwakili secara akurat, yang dapat mengurangi inklusi platform. Algoritma TikTok yang mengejar keterlibatan tinggi cenderung mempromosikan konten yang serupa, yang dapat menyebabkan konten homogen. Karena algoritma lebih memilih konten yang dianggap "aman" dan populer daripada konten yang inovatif atau berbeda, konten yang kurang populer atau dari kreator baru mungkin sulit untuk mendapatkan perhatian pengguna, sehingga mengurangi keragaman konten yang dilihat oleh pengguna³²

Selain itu, algoritma TikTok mungkin bias memengaruhi visibilitas konten berdasarkan preferensi sebelumnya, lokasi geografis, dan demografi. Misalnya, penelitian menunjukkan bahwa bias algoritmik yang tidak disengaja mengurangi visibilitas konten yang berasal dari komunitas LGBTQ+, orang dengan disabilitas, atau kelompok minoritas lainnya. Ini dapat berdampak negatif pada inklusivitas platform karena kelompok-kelompok ini mungkin merasa bahwa konten mereka tidak mendapatkan perhatian atau perhatian yang cukup³³

³¹ Boeker, M., & Urman, A. (2022, April). An empirical investigation of personalization factors on TikTok. In *Proceedings of the ACM web conference 2022* (pp. 2298-2309).

³² Boeker, M., & Urman, A. (2022, April). An empirical investigation of personalization factors on TikTok. In *Proceedings of the ACM web conference 2022* (pp. 2298-2309).

³³ Q&A: How TikTok's 'black box' algorithm and design shape user behavior. <https://www.washington.edu/news/2024/04/24/tiktok-black-box-algorithm-and-design-user-behavior-recommendation/>

Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa pembuat konten dari kelompok yang terpinggirkan sering menghadapi kesulitan tambahan dalam mendapatkan pengakuan dan visibilitas di TikTok. Misalnya, pembuat konten kulit hitam telah mengatakan bahwa mereka sering tidak berinteraksi dengan pembuat konten lain, yang dapat menghambat kemajuan dan keterlibatan mereka di platform³⁴ Untuk mengatasi masalah ini, platform seperti TikTok harus terus mempelajari dan memperbaiki algoritma mereka untuk menjamin bahwa semua kelompok kreator memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan visibilitas dan pengakuan.

Studi Kasus yang telah ada seperti:

a. BlackLivesMatter Movement

Selama demonstrasi besar pada tahun 2020, konten yang berkaitan dengan gerakan #BlackLivesMatter (BLM) sering muncul di FYP. TikTok menggunakan algoritma untuk meningkatkan visibilitas konten BLM, menunjukkan bahwa situs web dapat mendukung gerakan sosial dan memberikan suara kepada komunitas yang terpinggirkan. Namun, dugaan penyensoran konten tertentu muncul, menunjukkan bias algoritma. TikTok mempromosikan konten BLM, banyak videonya mendapatkan jutaan views, dan itu membantu meningkatkan kesadaran tentang keadilan sosial dan masalah rasial di seluruh dunia³⁵ Meskipun konten BLM sangat disukai, ada laporan bahwa konten tertentu diduga disensor. Beberapa pengguna mengatakan bahwa konten dengan hashtag seperti #BlackLivesMatter dan #GeorgeFloyd tidak mendapatkan jumlah pengunjung yang sama, bahkan ada yang mengatakan bahwa video mereka tampaknya tidak mendapatkan sama sekali pengunjung. TikTok kemudian meminta maaf, mengatakan bahwa masalah tersebut disebabkan oleh "glitch teknis" yang memengaruhi tampilan views untuk hashtag tersebut.³⁶ Kreator kulit hitam juga sering mengeluhkan bahwa konten mereka lebih sering disensor atau dihapus dibandingkan dengan konten kreator lain. Ini menunjukkan kemungkinan bias algoritmik yang dapat mempengaruhi bagaimana mereka terlihat di platform tersebut. TikTok telah melakukan banyak hal untuk memperbaiki dan membantu komunitas kulit hitam, tetapi banyak kreator percaya bahwa ketidaksetaraan masih perlu diperbaiki. Secara keseluruhan, kasus ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok dapat berfungsi sebagai platform untuk mendukung gerakan sosial, perlu ada upaya terus-menerus untuk memastikan bahwa semua komunitas menerima perwakilan yang sama dan bahwa algoritma tidak bias.

b. Kreator Konten LGBTQ+

Kreator LGBTQ+ seperti @thejeffreymarsh yang berbagi pengalaman hidup dan tips kesehatan mental. Jeffrey Marsh dan kreator LGBTQ+ lainnya mendapatkan visibilitas yang

³⁴ Williams, G. (2023). Black Content Creators' Responses and Resistance Strategies on TikTok. *arXiv preprint arXiv:2312.12727*.

³⁵ TikTok algorithm controversy: How Black creators feel 'suppressed' by 'language ban'. <https://www.capitalxtra.com/news/tiktok-algorithm-controversy-black-creators-suppressed-language-ban-flagged/>

³⁶ Ungless, E. L., Markl, N., & Ross, B. (2024). Experiences of censorship on TikTok across marginalised identities. *arXiv preprint arXiv:2407.14164*.

signifikan di TikTok, membantu meningkatkan representasi komunitas LGBTQ+. Ini menunjukkan bahwa algoritma dapat mendukung keragaman, meskipun keberhasilan sering tergantung pada kemampuan konten untuk mendapatkan interaksi awal.

Jeffrey Marsh adalah salah satu kreator LGBTQ+ yang terkenal di TikTok, yang berbagi pengalaman hidup dan tips kesehatan mental. Konten mereka sering kali menyoroti pentingnya cinta diri dan kesehatan mental dalam komunitas LGBTQ+. Jeffrey Marsh dan kreator LGBTQ+ lainnya mendapatkan visibilitas yang signifikan di TikTok, yang membantu meningkatkan representasi komunitas ini di platform tersebut.³⁷ Kesuksesan Jeffrey dan kreator LGBTQ+ lainnya menunjukkan bahwa algoritma TikTok dapat mendukung keragaman dengan mempromosikan konten dengan interaksi awal yang tinggi. Algoritma rekomendasi TikTok, yang berfokus pada meningkatkan keterlibatan pengguna telah memungkinkan konten yang menarik dan relevan untuk audiens mendapatkan visibilitas dengan cepat. Selain itu, ada juga laporan tentang dugaan penyensoran atau pembatasan visibilitas konten tertentu, meskipun ada dukungan untuk konten LGBTQ+. Karena bias algoritmik yang tidak disengaja beberapa kreator percaya bahwa konten mereka tidak mendapatkan cukup perhatian. Ini menunjukkan bahwa, meskipun platform memiliki kemampuan untuk mendukung keragaman, ada beberapa masalah yang harus diatasi untuk memastikan inklusivitas yang sebenarnya. Secara keseluruhan, kasus TikTok Jeffrey Marsh dan kreator LGBTQ+ lainnya menunjukkan bahwa asalkan ada upaya yang berkelanjutan untuk mengatasi bias algoritmik, platform tersebut dapat membantu komunitas yang terpinggirkan dan meningkatkan representasi.

Algoritma TikTok memiliki dampak yang signifikan terhadap visibilitas dan distribusi konten, serta keragaman dan inklusivitas platform. Meskipun algoritma ini dapat mendukung keragaman kreator, tetap ada kemungkinan bias untuk memastikan bahwa semua orang melihat konten dengan cara yang adil.

C. KESIMPULAN

1. Algoritma TikTok secara efektif mempersonalisasi pengalaman pengguna dengan menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi individu yang meningkatkan keterlibatan pengguna. Namun, personalisasi yang berlebihan dapat menciptakan "filter bubbles," di mana pengguna hanya terpapar pada jenis konten tertentu, sehingga mengurangi eksposur terhadap berbagai jenis konten.
2. Algoritma TikTok memperkuat konten yang sedang tren dan memungkinkan video menjadi viral dalam waktu singkat. Meskipun ini memberikan peluang besar bagi kreator untuk mendapatkan visibilitas, algoritma ini cenderung mendukung konten yang sudah populer, menyulitkan kreator baru atau konten niche untuk mendapatkan perhatian yang setara.

³¹ A Bookmark for Unconditional Love. In Conversation with Jeffrey Marsh. <https://roughcutpress.co.uk/jeffrey-marsh/>

3. Algoritma TikTok dapat mendukung keragaman kreator dengan memberikan platform bagi suara-suara yang kurang terwakili. Namun, terdapat potensi bias dalam algoritma yang dapat mempengaruhi visibilitas konten berdasarkan parameter seperti lokasi geografis, demografi, atau interaksi awal. Bias algoritmik ini dapat mengakibatkan kurangnya representasi dan inklusivitas bagi beberapa kelompok kreator.
4. Studi kasus menunjukkan bahwa algoritma TikTok dapat mendukung kolaborasi kreatif dan gerakan sosial, seperti yang terlihat dalam fenomena *BlackLivesMatter*, kreator LGBTQ+, dan *RatatouilleMusical*. Platform ini memiliki potensi untuk menjadi alat yang kuat untuk perubahan sosial dan representasi yang inklusif, meskipun keberhasilan sering tergantung pada kemampuan konten untuk mendapatkan interaksi awal.

D. Implikasi

1. Penting bagi TikTok dan platform serupa untuk mengembangkan algoritma yang lebih inklusif dan transparan, yang dapat mengurangi bias dan memastikan representasi yang lebih adil bagi semua kreator.
2. Pengguna perlu diberikan edukasi mengenai cara kerja algoritma dan bagaimana mereka dapat mendukung keragaman konten melalui interaksi dan partisipasi aktif.
3. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami dampak jangka panjang dari algoritma rekomendasi terhadap perilaku konsumsi media digital dan keragaman konten, serta untuk mengeksplorasi strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan inklusivitas dan representasi di platform media sosial.

E. DAFTAR PUSTAKA

- A Bookmark for Unconditional Love. In Conversation with Jeffrey Marsh. <https://roughcutpress.com/jeffrey-marsh/>
- Abidin, C. (2020). Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economy in Social Media. *International Journal of Communication*, 14, 5252-5271.
- Bella Poarch went viral after her TikTok to the Millie B's 'M to the B' song. <https://www.capitalfm.com/internet/bella-poarch/m-to-the-b/>
- Boeker, M., & Urman, A. (2022, April). An empirical investigation of personalization factors on TikTok. In *Proceedings of the ACM web conference 2022* (pp. 2298-2309).
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press
- Carey, K. L. (2017). *An Analysis of Factors that Impact Diffusion and Adoption of Digital Badges*. Old Dominion University.
- Davis, J. L. (2016). Identity theory in a digital age. *New directions in identity theory and research*, 15(1), 137-64.
- De Vries, L., Gensler, S., & Leeftang, P. S. H. (2012). Popularity of Brand Posts on Brand Fan Pages: An Investigation of the Effects of Social Media Marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 26(2), 83-91.
- Digital Storytelling examples. <https://www.vew.design/blog/digital-storytelling-examples/>

Everyone is doing the Renegade. Including the teen who started it. <https://www.dailydot.com/unclick/renegade-dance-tiktok-jalaiah-harmon/>

From Magic Vines to TikTok Stardom: The Rise of Zach King. <https://www.nilatch.com/2023/05/from-magic-vines-to-tiktok-stardom-rise.html>

Gillespie, T. (2014). The Relevance of Algorithms. *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*, 167-194.

How Much TikTok Pays Creators for Views. <https://www.businessinsider.com/how-much-tiktok-pays-creators-for-views>

How short-form videos took over the digital content landscape. <https://www.metrixlab.com/portfolio/the-rise-of-tiktok-and-short-form-videos/>

How Social Media Challenges Become Wildly Successful. <https://sproutsocial.com/insights/tiktok-challenges/>

How to track and improve viewer engagement. <https://sproutvideo.com/blog/how-to-track-and-improve-viewer-engagement.html>

Kaye, D. B., Chen, X., & Zeng, J. (2020). The Co-Evolution of TikTok and Instagram: Platforms, Video Content, and the Influencer Ecology. *Social Media + Society*, 6(3).

Kearsley, G., & Shneiderman, B. (1998). Engagement theory: A framework for technology-based teaching and learning. *Educational technology*, 38(5), 20-23.

Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community*. Routledge.

Monetisasi-konten-tiktok-dalam-tahap-pembahasan <https://tirto.id/monetisasi-konten-tiktok-dalam-tahap-pembahasan-f4CA>

Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism**. New York University Press.

Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121-137.

Prasetyawati, A. (2020). Digital Storytelling Kok Bisa?: Mengubah Keberlimpahan Informasi menjadi Konten Edukasi Digital Storytelling Kok Bisa?: Turning Abundance of Information into Educational Content. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 199-212.

Q&A: How TikTok's 'black box' algorithm and design shape user behavior. <https://www.washington.edu/news/2024/04/24/tiktok-black-box-algorithm-and-design-user-behavior-recommendation/>

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Free Press.

Social Media videos does sound matter. <https://storykit.io/blog/social-media-videos-does-sound-matter>

The Rise of TikTok: The Evolution of a Social Media Platform During COVID-19. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-66611-8_6

The Science of Storytelling how to evoke emotion and get your audience to give. <https://bloomerang.co/blog/the-science-of-storytelling-how-to-evoke-emotion-and-get-your-audience-to-give/>

TikTok algorithm controversy: How Black creators feel 'suppressed' by 'language ban. <https://www.capitalxtra.com/news/tiktok-algorithm-controversy-black-creators-suppressed-language-ban-flagged/>

TikTok Algorithm Guide 2024: Everything We Know About How Videos Are Ranked. <https://buffer.com/resources/tiktok-algorithm/>

TikTok Video Length: A Comprehensive Guide for Content Creators.
<https://planly.com/tiktok-video-length/>

Ungless, E. L., Markl, N., & Ross, B. (2024). Experiences of censorship on TikTok across marginalised identities. *arXiv preprint arXiv:2407.14164*.

Unlocking Learning on TikTok: The Surge of Educational Content.
<https://beyondtiktok.com/tiktoks-classroom-exploring-the-surge-of-educational-videos-on-social-media/>

Visual Storytelling: Using Photography to Evoke Emotions and Drive Engagement.
<https://strikepointmedia.com/blog/visual-storytelling-using-photography-to-evoke-emotions-and-drive-engagement/>

Vizcaíno-Verdú, A., & Abidin, C. (2022). Music challenge memes on TikTok: Understanding in-group storytelling videos. *International Journal of Communication*, 16, 26.

Williams, G. (2023). Black Content Creators' Responses and Resistance Strategies on TikTok. *arXiv preprint arXiv:2312.12727*.

Zeng, J., Cha, M., & Lee, J. (2021). Exploring the Effectiveness of TikTok's Algorithmic Recommendations: A User-Centric Study. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 28(4).

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.

Digital Storytelling in the Era of TikTok and Short.pdf

ORIGINALITY REPORT

19%
SIMILARITY INDEX

14%
INTERNET SOURCES

10%
PUBLICATIONS

15%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Southern New Hampshire University - Continuing Education Student Paper	1%
2	apeiron.iulm.it Internet Source	1%
3	Submitted to University of Sydney Student Paper	1%
4	Submitted to University of Edinburgh Student Paper	1%
5	Submitted to University of Kentucky Student Paper	1%
6	sproutvideo.com Internet Source	1%
7	Submitted to University of West London Student Paper	1%
8	www.isarder.org Internet Source	1%
9	Submitted to Sim University Student Paper	1%

10	www.capitalfm.com Internet Source	<1%
11	revistaprismasocial.es Internet Source	<1%
12	dalspace.library.dal.ca Internet Source	<1%
13	e-journals.unmul.ac.id Internet Source	<1%
14	Submitted to American University Student Paper	<1%
15	Imade, Eseosa. "The Adoption of TikTok by the Gen Z Cohort During the Covid-19 Pandemic", University of Louisiana at Lafayette, 2024 Publication	<1%
16	summit.sfu.ca Internet Source	<1%
17	Submitted to Australian Catholic University Student Paper	<1%
18	Submitted to Lindenwood University Student Paper	<1%
19	repository.bakrie.ac.id Internet Source	<1%
20	Submitted to University of Sussex Student Paper	<1%

21	Submitted to West University Of Timisoara Student Paper	<1%
22	www.erudit.org Internet Source	<1%
23	www.diva-portal.se Internet Source	<1%
24	Vincent Tanvaltin, Nina Yuliana. "Preferensi Pengguna Media Sosial TikTok dalam Menonton Konten TikTok Abe", Jurnal Komunikasi, 2024 Publication	<1%
25	dergipark.org.tr Internet Source	<1%
26	Lopes, Sofia Coutinho Rebelo Branco. "Exploring the Relation Between Consumer Motivations & Engagement with Brands in Facebook", Universidade Catolica Portuguesa (Portugal), 2024 Publication	<1%
27	tel.archives-ouvertes.fr Internet Source	<1%
28	Shelton, Petural. "The Digital Badge Paradigm: The Shifting Change in Higher Education from Traditional Degree-Based Learning to Skills-Based Learning", Saybrook University, 2022 Publication	<1%

29	media.neliti.com Internet Source	<1%
30	Sirje Virkus. "The use of Open Badges in library and information science education in Estonia", Education for Information, 2019 Publication	<1%
31	jdsr.se Internet Source	<1%
32	openaccess.uoc.edu Internet Source	<1%
33	Emilia Di Martino. "Indexing 'Chav' on Social Media", Springer Science and Business Media LLC, 2022 Publication	<1%
34	an-nur.ac.id Internet Source	<1%
35	www.centerklik.com Internet Source	<1%
36	www.isa-sociology.org Internet Source	<1%
37	jurnalmahasiswa.umsu.ac.id Internet Source	<1%
38	Nickolai, Valentin. "The Influence of Geographical Distance on Motivations for Social Media Engagement and Its Influence	<1%

on Fan Loyalty: A Comparison of Local and International Satellite Fans", University of Northumbria at Newcastle (United Kingdom), 2023

Publication

39

Putri Dewi Nurul Huda, M. Luthfi, Muya Syaroh Iwanda Lubis. "PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU REMAJA DI SMP AMAL LUHUR MEDAN", Network Media, 2024

Publication

<1%

40

tirto.id

Internet Source

<1%

41

www.capitalxtra.com

Internet Source

<1%

42

fandystress.blogspot.com

Internet Source

<1%

43

www.cogitatiopress.com

Internet Source

<1%

44

chubbyrawit.id

Internet Source

<1%

45

docplayer.biz.tr

Internet Source

<1%

46

donny-julianto.blogspot.com

Internet Source

<1%

47

"Fast Politics", Springer Science and Business Media LLC, 2023

<1%

48

www.jptam.org

Internet Source

<1%

49

www.periyaruniversity.ac.in

Internet Source

<1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Digital Storytelling in the Era of TikTok and Short.pdf

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19
