

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASI OLEH LIVE STREAMERS INDONESIA DALAM APLIKASI MICO

Fernando Liexzel, Jandy Edipson Luik, & Felicia Goenawan

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

F11190082@john.petra.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk membahas strategi komunikasi persuasif psikodinamika “live streamer” yang digunakan oleh live streamer aplikasi MICO. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Berdasarkan observasi langsung dan wawancara, peneliti menemukan bahwa terdapat bentuk dan peran dari strategi komunikasi persuasif psikodinamika yang dijalankan oleh ‘live streamer’. Bentuk yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah live streamer menampilkan foto dan judul pada tampilan beranda, menciptakan kenyamanan untuk mendapat ‘gift’ dan mengapresiasi viewer dengan memposting gift yang diterima. Peran dari strategi komunikasi persuasif psikodinamika tersebut, antara lain adalah mengembangkan keterampilan komunikasi dan memahami viewers dan mengembangkan koneksi emosional dengan viewers itu sendiri.

Kata Kunci: *komunikasi persuasif, strategi komunikasi persuasif psikodinamika, live streamer, aplikasi mico*

Pendahuluan

Era digital terus berkembang dan berinovasi seiring berjalannya waktu, mendukung lahirnya wadah-wadah interaksi yang baru bagi manusia. Sebagai makhluk sosial yang membutuhkan interaksi, komunikasi menjadi dasar penting terjalinnya hubungan interaksi antar manusia. Munculnya berbagai jenis media komunikasi khususnya digital berbasis internet, salah satunya yang menarik perhatian adalah media sosial aplikasi live streaming. Media sosial live streaming menawarkan tempat untuk komunikasi langsung atau real-time antara satu sisi dan viewers yang besar.

Live streaming menawarkan pengalaman komunikasi audio dan visual bersama dengan sejumlah kemampuan, termasuk kemampuan untuk menerapkan efek filter, berkomunikasi dengan penonton secara real time melalui bagian komentar, dan bahkan mengundang penonton lain untuk melakukan live streaming bersama penyiar langsung. Menarik perhatian khalayak karena live streaming menampilkan konten yang real-time tanpa melalui proses perekaman maupun pengeditan.

Berdasarkan data dari The Mobile Internet Phenomena Report, aplikasi berbasis video streaming merupakan jenis aplikasi yang paling banyak digunakan di dunia berdasarkan lalu lintas hilir (downstream), sebanyak 48,9% selama kuartal I 2021. Fenomena hadirnya aplikasi live streaming membuat munculnya banyak ragam jenis aplikasi live streaming dengan fitur dan keunggulannya masing-masing.

Aplikasi Mico merupakan aplikasi dengan jumlah pengunjung 50.000.000 dengan rating 4.4 dan 767 ulasan. Mico merupakan salah satu contoh layanan live streaming yang kini cukup populer. Mico adalah aplikasi live streaming yang membedakan antara dua tipe pengguna yang berbeda: penonton yang menonton live streaming dan live streamer yang melakukan aktivitas live streaming. Mico adalah program live streaming yang dapat menarik penonton dengan menawarkan berbagai siaran langsung dengan berbagai jenis materi. Fitur lain dari Mico termasuk grup / Family, yang terdiri dari individu yang memiliki minat yang sama, dan memiliki hubungan yang erat antar sesama streamer aplikasi Mico. Layanan live streaming ditawarkan kepada penonton oleh live streaming itu sendiri. Mereka yang menyiarkan aktivitas dikenal sebagai live streamer di program live streaming, seperti Mico.

Menurut Middleton (1980), Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi komunikasi persuasif merupakan penggabungan dari manajemen komunikasi dengan perencanaan komunikasi persuasif yang bertujuan untuk memberikan pengaruh terhadap pendapat, perilaku, dan sikap individu (Soemirat, 2007: 129). Adapula strategi komunikasi dari Melvin L DeFleur dan Sandra J.Ball-Rocheach (1989: 275) yang memberikan beberapa Strategi komunikasi persuasif, yaitu: Strategi Psikodinamika, Strategi Persuasi Sosiokultural, dan Strategi The Meaning Construction.

Pada penelitian ini peneliti hanya akan fokus pada Strategi Komunikasi Psikodinamika, karena dalam live streaming peneliti telah melakukan Pra – observasi yang dimana saat seorang live streamer sedang berbicara dengan Viewers – nya, mereka selalu ingin membuat Viewers mereka merasa nyaman dengan di room live mereka.

Penelitian ini terfokus pada psikodinamika karena pada penelitian ini, jika menggunakan strategi sosiokultural dan ‘Meaning Construction’ karena dengan Psikodinamika, peneliti menjadi terfokus pada bagaimana pembawaan seorang live streamer mempersuasi viewer saat melakukan live streaming. Jika mengikuti strategi sosiokultural dan ‘Meaning Construction’ maka penelitian ini menjadi tidak sesuai dan tidak terfokus pada tujuan peneliti. Bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh Live streamers Asal Indonesia dalam Aplikasi Mico?

Tinjauan Pustaka

Sub Tinjauan Pustaka

Strategi komunikasi persuasif adalah hasil dari gabungan antara perencanaan komunikasi dengan tujuan memengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku individu atau penonton. Strategi yang diterapkan perlu memperlihatkan aspek operasional taktis, seperti identifikasi target, isi pesan, alasan penyampaian, lokasi penyampaian, dan pertimbangan waktu yang tepat. (Pertiwi, 2019). Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball-Rocheach mengemukakan beberapa strategi komunikasi persuasif, yaitu: Strategi Psikodinamika, Strategi Persuasi Sosiokultural, dan Strategi The Meaning Construction.

Menurut McQuail (2000) ada beberapa kelompok media baru, yang pertama adalah media komunikasi interpersonal (telepon, handphone, e-mail); kedua adalah media bermain interaktif (komputer, games online, videogame); ketiga adalah media pencarian informasi (portal internet, search engine); dan keempat adalah media partisipasi kolektif (penyebaran pesan, pendapat, informasi menggunakan internet, serta menjalin hubungan yang dapat menimbulkan efek emosional).

Bagian ini menjelaskan mengenai konsep-konsep atau teori-teori yang dipakai di dalam penelitian Anda. Tidak semua konsep atau teori yang Anda pakai di skripsi harus dimasukkan. Yang perlu dituliskan disini adalah konsep-konsep atau teori-teori yang primer atau yang utama di dalam penelitian Anda. Yang dimaksud dengan utama adalah konsep atau teori yang Anda pakai untuk mengukur (dijadikan definisi konseptual dan operasional dalam penelitian Anda). Atau, konsep atau teori yang dipakai untuk menjelaskan/mendalami sebuah fenomena.

Penjelasan teori atau konsep yang digunakan harus diupayakan untuk ringkas tetapi padat. Jika ada bagan atau pun skema yang berkaitan dengan konsep utama Anda, maka silahkan dimasukkan di dalam bagian tinjauan pustaka.

Sub Tinjauan Pustaka

Silahkan menuliskan sub tinjauan pustaka yang merupakan konsep primer atau yang utama di dalam penelitian Anda. Anda tidak perlu memasukkan kerangka berpikir.

Jika Anda masih memiliki sub tinjauan pustaka, maka silahkan ditambahkan dengan *style* penulisan yang sama.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis Studi kasus sebagai metode penelitian. Definisi studi kasus menurut Yin (2013:18) adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki

fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batasbatas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan dimana multisumber bukti dimanfaatkan. Penelitian kualitatif menghasilkan data yang menginterpretasikan hasil temuan peneliti (Suharsaputra, 2012). Sedangkan menurut Faisal (1999:22) studi kasus yaitu penelitian yang penelaahannya kepada suatu kasus yang dilakukan secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif. Pada penelitian ini akan melihat strategi dalam berkomunikasi Persuasif oleh Live streamer di Indonesia dalam Aplikasi Mico?

ada bagian ini, silahkan Anda jelaskan mengenai konsep utama yang dipakai di dalam penelitian ini. Jika Anda memakai metode kuantitatif, maka silahkan Anda menuliskan metode apa yang dipakai, misalkan “metode yang dipakai di dalam penelitian ini adalah metode survei”. Silahkan Anda jelaskan mengenai indikator-indikator yang dipakai, misalkan “indikator yang saya pakai untuk mengukur kepuasan adalah informative, diversion, social connection, dan personal”. Jika Anda memakai metode kuanlitatif, maka silahkan Anda menuliskan metode apa yang dipakai, misalkan “metode yang dipakai di dalam penelitian ini adalah metode studi kasus”. Silahkan Anda jelaskan mengenai konsep yang dipakai di dalam menjelaskan fenomena ini. Konsep ini bisa berisi kategorisasi-kategorisasi yang Anda pakai untuk membaca/menjelaskan fenomena ini. Jangan lupa menuliskan sumber.

Subjek Penelitian

Menurut Suliyanto (2018:19) subjek penelitian kualitatif disebut dengan informan, yaitu orang yang memberikan informasi mengenai data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Informasi tersebut dapat berupa situasi dan kondisi latar belakang peneliti. Untuk itu, subjek pada penelitian ini adalah live streamer dalam aplikasi Mico yang ada di Indonesia.

Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Zakariah, dkk, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisa studi kasus karena ingin melihat dan mendapat jawaban langsung bagaimana proses Komunikasi Persuasif yang dilakukan.

Temuan Data

1, Optimasi Visual untuk Memikat *Viewers*

Strategi optimalisasi visual dalam rangka memikat viewers adalah dengan menciptakan konten yang menonjolkan aspek fisik melalui penggunaan grafis visual yang menarik. Selain itu, aspek psikologis dapat diperkuat dengan penggunaan referensi konotatif yang mengundang pemirsa untuk merasa terhubung

secara emosional. Gaya berbicara yang santai dan mengajak pengikut untuk berbincang sambil melakukan aktivitas sehari-hari dapat memberikan suasana yang lebih akrab. Tema konten yang menonjolkan kebahagiaan dan aktivitas yang menyenangkan dapat meningkatkan kualitas waktu yang dihabiskan Bersama.



Sumber: Observasi Peneliti dalam ruang live streaming

Berdasarkan hasil wawancara peneliti mencoba memastikan bahwa apa yang dinyatakan oleh informan benar adanya, disini dapat dilihat jelas dimana informan Vika menggunakan filter wajah untuk menambah kecantikan dan juga menggunakan 'dress' untuk menarik perhatian viewersnya. Adapula terlihat dimana dari cowok terlihat juga bagaimana informan Aldo , menggunakan pencahayaan dibelakang 'handphone'-nya dan Aldo sendiri pun menggunakan 'minyak rambut' untuk membuat rambutnya mengembang agar viewers semakin tertarik menonton live streaming Aldo. Tidak hanya itu peneliti juga menemukan bahwa setiap mereka melakukan 'live streaming', mereka selalu mempunyai banner yang terpampang diberanda aplikasi MICO seperti pada gambar dibawah ini.

Peneliti menemukan bahwa terdapat sebuah 'Click – bait' yang dimana menarik perhatian dari para viewers mereka, mereka menggunakan foto yang semenarik mungkin dan juga menggunakan judul untuk live streaming mereka sehingga viewers tertarik untuk masuk ke dalam ruang live streaming mereka. Berdasarkan teori psikodinamika, hal ini termasuk kedalam strategi tersebut dimana secara kognitif mereka tertarik untuk melihat lebih dan bagaimana bentuk live streaming dari seorang live streamer dan dari kognitif tersebut berubah menjadi emosi atau perasaan yang penasaran untuk mengenal lebih jauh dari live streamer tersebut.

2. Interaksi Emosional dan Responsif untuk Membangun Loyalitas dan Hubungan Interaktif

Dari hasil wawancara peneliti menemukan bahwa mereka kurang mempersiapkan materi sebelum memulai live streaming akan tetapi hal tersebut pun bukan berarti mereka tidak melakukan apa – apa untuk memulai interaksi dengan para *viewers* mereka.

Meskipun mereka tidak melakukan persiapan materi tetapi mereka lebih menyukai untuk menceritakan keseharian mereka dan apabila terdapat *viewers* baru mereka akan mencoba berkenalan dan membangun kognitif *viewers* mereka agar *viewers* mereka semakin mengenal seperti apa live streamer tersebut. Dari sana, para live streamer ini mencoba membangun hubungan emosional yang dimana semakin dekat antara hubungan live streamer dan *viewers* ini. Mereka akan mencoba bercerita sesuatu yang ‘relate’ dengan *viewers* agar ketika hal itu terjadi *viewers*nya akan merasa semakin dekat dan semakin kenal satu sama lain.

Dan dari hal ini peneliti mentringulasikan dengan teori kehadiran sosial, yang dirumuskan oleh John Short, Ederyn Williams, dan Bruce Christie, telah berdampak signifikan pada banyak penelitian terkait komunikasi melalui media komputer. Teori ini mengklaim bahwa efektivitas komunikasi tergantung pada kesesuaian media dengan tingkat keterlibatan komunikasi yang diperlukan. Lebih lanjut, teori ini menyatakan bahwa media tatap muka cenderung memiliki tingkat kehadiran yang tinggi, sementara media teks cenderung memiliki tingkat kehadiran yang lebih rendah (Griffin, 2006, hal. 134).

Kita bisa melihat bagaimana *viewers* dapat membangun hubungan antara *viewers* dan live streamer menjadi semakin dekat dengan adanya fungsi komal, itu dikarenakan dengan menggunakan fitur tersebut, *viewers* sendiri dapat secara langsung berbicara dengan livestreamer serta menyalakan kamera sehingga terjadi pembicaraan tatap muka melalui media sosial ini. Namun peneliti juga melihat bahwa yang hanya komentar tetap dapat melakukan komunikasi yang lancar meskipun terkadang terdapat beberapa kesalahan pengetikan atau kurang lengkap maksud informasinya sehingga terdapat beberapa kali live streamer pun menanyakan hal yang sama.

Hal ini juga sejalan dengan teori media sosial yang dimana pada sosial media kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti Twitter, Facebook, Blog, Forsquare dan lainnya), (Puntoadi, 2011:1). Teori media sosial ini sejalan karena MICO merupakan bentuk *new media* dalam bentuk media sosial. Didalamnya terdapat berbagai bentuk pertukaran informasi serta berkenalan yang dilakukan oleh live streamer dan *viewers*. Tidak jarang terjadi dimana informasi dari live streamer sendiri secara pribadi di ceritakan kepada *viewers* mereka dengan tujuan untuk membangun hubungan emosional dan kognitif dan sebaliknya untuk mempererat hubungan antar keduanya.

3. Perang Koin sebagai Bentuk ‘Dukungan Terhadap Jagoanku

Peneliti menemukan bahwa terdapat suatu fitur dimana fitur tersebut disebut ‘PK’ atau perang koin. Dalam wawancara Aldo mengatakan bahwa itu merupakan salah satu cara untuk mendapatkan ‘Gift’ dan karena itu peneliti mencoba melakukan wawancara lebih lanjut kepada Aldo dan Bobay untuk dijelaskan apa dan bagaimana sistem perang koin itu sendiri.

“Jadi PK itu untuk ngeboost target kalian, tapi bisa dibilang juga adu adu ngegift dengan lawan PK. Jadi jangan takut kalah ya guys yang penting target saja. Jadi kalian hanya harus live seperti Live Normal pada umumnya tapi kalian harus ngelive pada jam PK yang kalian pilih (contoh : PK JAM 20.00 - 20.15) nah kalian wajib ngelive 5-10 menit sebelum PK. Jika sudah nanti pada saat sudah waktunya untuk PK maka kalian akan secara otomatis connect dengan lawan PK kalian. Jika tidak connect dengan PK kalian saat waktu 20.00 maka kalian boleh menekan tulisan PK di bawah live kalian. Jika tetap tidak ada maka kalian boleh lapor kepada Admin yang mengurus PK kalian yaitu Aldo. Kenalan dengan lawan PK kalian, Ajak ngobrol basa basi dengan lawan PK kalian. Ucapain terima kasih kepada yang ngegift kalian saat PK berlangsung dan screen shoot jika perlu. Jika PK sudah berakhir kalian boleh mengucapkan terima kasih kepada lawan PK kalian dan mengucapkan salam persahabatan dari Agency LUXV kepada nama agency lawan PK kalian” - Aldo

Berdasarkan hasil wawancara ini, peneliti menemukan bahwa event perang koin yang setiap bulannya dijalankan, sangat berguna bagi para live streamer. Peneliti menemukan bahwa bukan hanya dari sisi kerja sama dari tiap agency dalam aplikasi MICO akan tetapi secara tidak langsung ini pun merupakan sebuah event dimana fokus strategi psikodinamika dari para live streamer dan viewers ini menjadi semakin terlihat. Hal ini dikarenakan pada saat event perang koin ini, fokus dari live streamer ini hanya pada lawan live streamer lainnya.

Namun disisi lain, para viewers akan datang untuk menyemangati live streamer favorit mereka untuk memberikan gift sebanyak mungkin sebagai bentuk dukungan. Peneliti menilai bahwa selama event Perang koin ini, live streamer akan disemangati dan juga berterima kasih kepada viewers yang sudah membantunya. Dalam hal ini, ketika viewersnya memberikan gift, akan terlihat bahwa hubungan emosi dan kognitif yang merupakan dasar dari strategi psikodinamika ini berhasil atau tidak, namun bukan berarti jikalau tidak memberikan gift strateginya tidak berjalan. Akan tetapi, live streamer pun juga tetap mengerti dan menghargai walau viewersnya hanya datang dan memberikan semangat namun tidak memberikan gift, para live streamer sendiri tetap akan menghargai para viewers tersebut

4. Apresiasi live streamer kepada Viewers

Peneliti menemukan bahwa mereka memberikan apresiasi kepada live streamer sebagai bentuk strategi komunikasi persuasi psikodinamika mereka yang dimana mereka dengan mengapresiasi keikutsertaan mereka dalam menemani saat live streaming tersebut. Mereka akan merasa dihargai dan akan diajak untuk datang ke live streaming selanjutnya.

Analisis dan Interpretasi

Melalui temuan data yang telah dianalisis dan triangulasi, peneliti telah menginterpretasikan data terkait strategi komunikasi persuasi psikodinamika oleh *live streamer* dalam aplikasi MICO. *Live streamer* yang telah bergabung dalam aplikasi Mico mencoba menjalankan strategi komunikasi persuasi psikodinamikanya dengan melakukan beberapa tahapan untuk mendapatkan gift dari *viewers*nya. Berikut rincian interpretasi data:

1. Bentuk Strategi Komunikasi Persuasi Psikodinamika oleh Live streamer kepada Viewers dalam Aplikasi MICO

1. Menggunakan foto dan judul pada tampilan beranda live streaming untuk mempersuasi kognitif dan emosi dari *viewers*.
Persiapan *live streamer* mencakup memasang foto beranda dan judul menarik, persiapan diri, termasuk penampilan dan kesiapan mental, serta aspek teknis seperti koneksi internet stabil dan peralatan audio-visual yang berkualitas. Penggunaan filter juga dapat meningkatkan daya tarik visual live streaming. Semua ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang profesional dan menarik bagi pemirsa potensial.
2. Menciptakan kenyamanan untuk kepada *viewers* untuk mendapatkan '*gift*' yang menjadi tujuan utama
Dalam live streaming, tujuan awal adalah menciptakan kenyamanan dan memengaruhi psikologi pemirsa dengan tampilan visual menarik dan interaksi yang responsif. *Live streamer* sering memulai dengan perkenalan dan percakapan santai, berusaha menemukan titik kesamaan dengan pemirsa untuk memicu minat mereka dalam berbagi. Mereka juga menggunakan fitur kolaborasi massal untuk berinteraksi langsung dengan pemirsa dalam upaya strategi komunikasi persuasi.
3. Memberikan apresiasi untuk menghargai waktu dan '*gift*' yang diberikan dari *viewers* kedalam beberapa bentuk menjadi: postingan pada '*moment*' atau '*feeds*' aplikasi MICO, berterima kasih telah menemani, berteman pada media sosial lainnya, dll.
Live streamer mengungkapkan terima kasih dan berbagi "*screenshot gift*" dari pemirsa untuk menciptakan ikatan yang lebih erat. Mereka juga mengingatkan pemirsa untuk bergabung dalam live streaming selanjutnya dengan penuh antusiasme, membangun hubungan yang kuat dan meningkatkan keterlibatan pemirsa dalam komunitas *live streamer*.

2. Peran Strategi Komunikasi Persuasi Psikodinamika oleh Live streamer kepada Viewers dalam Aplikasi MICO

Hasil wawancara dan observasi data yang dilakukan dalam penelitian ini mendapati para informan penelitian melakukan strategi komunikasi persuasi psikodinamika dalam melakukan live streaming dalam aplikasi MICO. Dari masing – masing informan terdapat beberapa kesamaan yang menghasilkan sebuah garis besar yang dimana strategi komunikasi persuasi psikodinamika memiliki peran yang meliputi:

1. Strategi Komunikasi persuasi psikodinamika memiliki peran untuk mengembangkan keterampilan komunikasi dan memahami viewers
Ketiga informan mempersiapkan diri untuk live streaming dengan pencahayaan, makeup, dan lokasi yang tenang. Mereka menggunakan fitur 'komal' untuk berinteraksi langsung dengan pemirsa dan membangun hubungan emosional. Live streamer juga menghadapi tantangan dari pemirsa, menggunakan strategi psikodinamika untuk menjaga suasana positif. Pemirsa yang memberikan tantangan dihargai dengan "Gift" yang memperkuat ikatan emosional. Strategi psikodinamika memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang kuat dalam komunitas live streaming.
2. Strategi Komunikasi persuasi psikodinamika memiliki peran untuk mengembangkan Koneksi Emosional dengan viewers
"Event PK" adalah acara bulanan yang mengadakan pertandingan antara live streamer dari agensi yang berbeda untuk mendapatkan "gift" terbanyak dari pemirsa. Acara ini merupakan contoh sukses dari strategi komunikasi psikodinamika, di mana live streamer memengaruhi emosi pemirsa dengan berbagai strategi persuasif. "Event PK" menciptakan ikatan erat antara live streamer dan pemirsa, memperkuat hubungan dalam dunia live streaming, dan menambah interaktivitas dalam komunitas.

Simpulan

Penelitian ini menghasilkan temuan dan hasil analisa mengenai Strategi Komunikasi Persuasi Psikodinamika dalam proses live streaming didalam aplikasi MICO. Ketiga informan dalam penelitian ini memiliki kesamaan saat melakukan live streaming yaitu mereka ingin membuat viewers mereka merasa nyaman saat menonton mereka live streaming. Dalam proses untuk membuat viewers mereka nyaman, terdapat fenomena psikodinamika yang dimana strategi tersebutlah yang dipakai untuk memengaruhi baik emosi maupun kognitif sehingga viewers mereka dapat merasakan kenyamanan tersebut. Dalam menjalankan strategi tersebut, peneliti menemukan bahwa terdapat beberapa bentuk dan peran komunikasi persuasi psikodinamika kepada viewersnya.

Bentuk – bentuk Strategi Komunikasi Persuasi Psikodinamika terhadap viewers pada aplikasi yaitu live streamer menampilkan foto dan judul pada tampilan beranda, menciptakan kenyamanan untuk mendapat 'gift' dan mengapresiasi viewer dengan memposting gift yang diterima. Peran – peran dari strategi komunikasi persuasi psikodinamika tersebut, antara lain adalah mengembangkan keterampilan komunikasi dan memahami viewers dan mengembangkan koneksi emosional dengan viewers itu sendiri

Daftar Referensi

Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2006). *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

- Defleur, M.L., dan S. Ball Rokeach. 1975. *Theories of Mass Communication*, 3th ed. New York: David McKay. "http://en.wikipedia.org/wiki/Melvin_Defleur ", 3 Desember 2010. http://Mediaresearchhub.ssr.org/Sandra-Ball-Rokeach/person_view
- Mc Quail, Dennis. 2000. *Mc Quail's communication theory (4th edition)*. London: Sage Publications.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Salemba
- MICO: Go live streaming & chat - apps on google play*
(n.d.).<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mico>
- Mico - Meet New People & Chat*. (n.d.-b) . <https://micous.com/?lang=id>
- Pertiwi 2019, Telah melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Pembelajaran Sekolah Lima Hari, Kemandirian Belajar terhadap Prestasi Belajar Siswa XII Pemasaran SMK Negeri 1 Surakarta Ajaran 2018/2019".
- Sanapian, Faisol. 1999. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar Aplikasi*. Malang: IKIP
- Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, tindakan*. Bandung: Reflika Aditama
- soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2007, *Dasar-Dasar Public Relation* Cetakan kelima, Bandung : Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Yin, Robert, K. 2013. *Studi kasus desain dan metode*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Zakariah, M. Askari dkk. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Action Research Research And Development (R&D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al- Mawaddah Warrahma