

Toko Sepeda Pak Dakir

Transcribed by [TurboScribe.ai](#). [Go Unlimited](#) to remove this message.

Niki, yang pertama saya ingin tahu Bagaimana kreator Megamustika Sundari II memaknai komunikasi personal dalam aktivitasnya di TikTok? Yang pertama, Niki Apakah kalian secara sadar membangun kedekatan dengan pembeli? Harus Secara sadar Ya, ya Soalnya pelayanan nomor 7, customer-ku pelayanan baru nomor 1 Bagi aku itu Apa tujuan komunikasi personal yang ingin dicapai? Maksudnya, komunikasi yang ingin menunjukkan Lari-larinya, apa tujuannya? Tujuannya Tujuannya, ya Nomor 7, ya Itu kan bisnis, kan? Nah, bisnis Bisnis Ya, apakah bisa anak kecil atau orang itu Senang Nah, ditutupin Apakah yang lagi viral Misalnya ini, yang lagi kayak rante YBN Lagi viral kan harus ditunjukkan Nah, ini dunia TikTok Nah, ini anak-anak itu Oh, ini rante ini datang Ini, ini pedal ini yang baru datang Ini, ini Semua harus ditunjukkan Dan orang itu tahu Soalnya kan tujuan aku masuk TikTok kan juga bisnis juga Bukan untuk hiburan Jadi memang tujuan untuk aku terjun di dunia TikTok itu memang tujuannya ya untuk bisnis Kalau untuk hiburan kan beda lagi Memang aku tujuannya Memang kan setiap konten ku, semuanya kan bisnis semua Jadi tentang barang yang ada di toko, aku tunjukkan di TikTok Pertanyaan kedua ini Strategi apa saja yang digunakan kreator dalam membentuk hubungan emosional dan personal dengan penduduknya? Apakah pengguna menceritakan atau menggunakan ekspresi wajah, suara atau sahapan personal? Ya, penting Jadi untuk bermain TikTok, yang pertama ya harus punya ciri khas Kaya aku kan ciri khasnya kan Aku kan mau seru Itu, itu, itu Pasti ada, itu siapa sih kontennya Paling ya mereka mesti ikut, harus kemana-mana Memang dunia TikTok ya harus punya ciri khas Tapi harus ada ciri khas Kalau ingin ini maju, ciri khasnya apa? Ekspresi wajah, tetap main gitu Ekspresi wajah gak boleh dibuat-buat Harus spontan Misalnya kalau ciri khasnya bongok-bongok Aret cili, spontan Karena aku nakalnya aret cili kan gak bisa lemah-lembut Jadi dengan ciri khasku ya bongok-bongok Tapi apa aret cili kok seneng ambil suaraku Padahal aku kan suaranya kan ya agak sedikit keras kan Nah, tapi ngomong-ngomong kan suka banget gitu Meskipun di wilayah Jawa Timur, di daerah Kalimantan, Papua sana itu Banyak yang suka sama ciri khas suaraku Unik mungkin Iya, unik Berarti sapaan personal kalian yang lari-lari gak? Iya, harus kan Aret-aret kan otomatis kadang-kadang pakai door press kan Ayo sini pas-pas tembak megah Pakai lampu Aret-aret kan ngapal kan Sebelum kesini tuh ada yang ngapal Tapi harus ditakonin, yang ngeblengkabel Terus poin kedua ini Apakah pemilihan tema konten punya kan penting? Ya iyalah, setiap hari harus ada temanya Karena temanya di satu tema Contohnya sepeda, sepeda payu Ya siapa? Paling mau belok satu atau dua orang Sebelah sana paling sepeda payu kontennya Tapi kan harus punya, setiap hari harus ada gebrakan Gebrakan itu apa, apa BNFJP Terus pertanyaan ketiga ini Bagaimana kreator melihat peran interaksi, komentar, live, DM, duet Dalam menciptakan komunikasi yang bersifat personal atau bersama Apakah menanggapi komentar dengan niat membangun kedekatan kali pembeli? Kalau komentar, terus terang ya Aku naikin komentar itu cuma balesin Ada yang takon kayak tentang harga sepeda Karena on the deal itu harganya berapa Kalau terus setir itu Misalnya belinya selain di offline Offline-nya dimana Aku nanggepin cuma gitu aja Gak harus semua saya jawab Gak

harus semua saya jawab untuk komentar Komentar seribu, komentar tak jawab Kabe, tanganku gering-geringan Intinya yang penting-penting doang tak jawab Kalau live ini, apakah tetap pakai bahasa yang biasa pembuka? Ya iyalah, tetap Tetap, soalnya ciri khasku Sejauh mana live digunakan sebagai media komunikasi langsung? Live penting Penting banget live itu Aku sehari gak live Namanya siji, ada-ada yang pasti takon Terus penjual aku kan lewat live Cuma aku kan gak buka keranjang kuning aja Jadi lewatnya kan toko orang Jadi kaya gini gimana kan Ada pembelian dari toko orang Nah tetap Jadi aku Pemasalannya lewat live Coba gak live, gak ada yang tau Tetap, live itu tetap Bagi aku live Jadi minim lah, live itu satu hari Itu dua kali Jadi live ini tetap penting dan membangun komunikasi kali pelanggan Iya, enggak Jadi kan misalnya WA gak kejawab Tanggung cecetan gak kejawab Orang kan bisa tanya di lewat live Nah, aku kan pasti tak jawab Terus yang keempat ini Sejauh mana pengalaman pribadi Konten kreator Mempengaruhi isi dan gaya komunikasi Yang ditampilkan dalam kontennya Apakah pengalaman hidup Latar belakang Atau kepribadian yang membentuk konten tersebut Kepribadian Sepribadian Iya, gak iso Aku uang niru gaya aku jelas gak iso Aku niru gaya ini ya gak iso Gak iso Kepribadiannya dari Dewi Ciri khasnya Dewi-Dewi Aku kaya niru mbak Iren ya gak iso Aku niru mbak Kiki ya gak iso Jadi kepribadianku, ciri khasku jelas gini-gini Aku ngomong konten bahasa Indonesia Jelas beda suaraku Oh, tetep konten gitu Iya, bahasa Jawa Aku ngomong konten bahasa Indonesia Kanuh, klaggep-klaggep, jelas gak ada iso Jadi ciri khasku bahasa Jawa Terus yang kelima ini Apa tantangan yang dihadapi konten kreator mbak Mega Dalam menjaga keseimbangan antara membagikan Hal personal dan menjaga privasi Maksudnya itu yang dirahasiakan Kalian yang mulut, kalian yang pelanggan Yang dirahasiakan? Iya, maksudnya Tantangan yang ingin dihadapi Tantangan Sebagai konten kreator Tantangan Tantangan itu Menjaga privasi Tantangan itu menjaga privasi Iya, maksudnya membagikan hal personal Dan menjaga privasi Privasiku Tidak ada yang harus ditunjukkan Tantangan itu apa? Bagi konten kreator Tantanganku untuk dunia bisnis ini Tantangannya Pokoknya harus bikin konten semenarik mungkin Sebisa mungkin kontenku setiap hari harus beda Dan uangku gak bosen Jadi kalau aku ingin mikir Ingin aku hari ini bikin konten apa Untuk jadwal ini Aku ingin bikin konten Sinta masuk nonang Ini brand aku Opo Jadi ada jam-jam tertentu Untuk jamnya itu kan Harus ada Di jam-jam yang rame itu jam berapa Kayak aku kan kontennya yang lihat kan anak kecil Jadi misalnya aku konten jam segini Gak ada penontonnya Jadi penontonnya ya harus Aku posting rata-rata di atas jam 1 Anak-anak sudah pulang sekolah Atau sore Malam Kebanyakan kan malam Kalau jam segini Terus aku bikin konten Yang gak ada penontonnya Gak ada penontonnya Sekali gak ada penonton Itu perkembangan Naiknya Naiknya apa Jadinya Video-nya juga lama Lambat Iya lambat Sekali lambat tetap lambat Sampai nanti Juga lambat Nah Namanya lambat Ya itu mangan Susah juga Harus bikin gebrakan Bikin FYB Terus yang ke-6 Bagaimana konten kreator Menilai respon Audien terhadap konten-konten Yang bersifat personal Atau pribadi Apakah Audien merasa lebih dekat Lebih terbuka Atau lebih aktif Maksudnya pembeli ini Kan live ini Lebih Tanya-tanya Lebih banyak Iya Pokoknya ini nih Kalau jualan Seperti aku ini Nomor sisi ya harus ramah Harus ramah Terus Harus Harus Apa Harus Permintaan pelanggan itu Minta apa Harus Rukar Intinya harus rukar Pahami Pelanggan bertanya apa Aku harus jawab Misalnya pelanggan bertanya ini Aku gak bisa jawab Ya pecuman Orang kan kecewa Nomor sisi ya Memang pelayanan Harus

mengerti Karakter pelanggan itu Bapak tadi itu Minta ini Minta ini Aku harus menjelaskan Rantai ini kuat Mbak Mega rantai ini kuat Aku gak bisa bilang kuat Pak Soalnya rantai harganya cuma Rp45.000 Nah Kalau saya bilang rantai kuat Ya rantai YYBN Harganya kan Rp200.000 lebih Itu saya jamin kuat Gak ngarah bisa memutuskan Maksudnya dijelaskan secara detail Iya Terus yang ketujuh ini Apakah komunikasi personal yang dibangun Berdampak pada loyalitas Atau para pembelinya Dengan followers juga Mbak Mega Maksudnya bagaimana kreator Mengamati hal ini Dalam jangka waktu tertentu Apakah komunikasi personal ini Berdampak pada pembelian Iya Iya Komunikasi itu tetap Komunikasi tetap Sangat berdampak pada Pembelian Iya Saya ini uang Nanti layan Misalnya aku live Terus orang tanya jawab Kan kamu kan Komen kan Di live Kamu kan jawab Iya Tanya pasti tak jawab Uang kan perhatikan Oh dijawab Mbak Mega Otomatis uang aku ngefollow Coba nanti dicuek Alah males Pasti gak ngarah follow Sarasen nontonnya Sarasen Terus yang keelapan ini Bagaimana konten kreator Mengembangkan citra Atau identitas dirinya Sebagai figur personal di TikTok Apakah ada kesadaran Membutuhkan personal branding Melalui komunikasi Yang akrab Harus Harus ini Tim Tim khusus Kayak aku kan ada tim khususnya kan Kayak yang biasa Yang ngewangi aku Aku ijin Jelas gak mampu Harus ada personal Kamu ini ngatur ini Kamu ini Kamu kayak gini Kamu kayak gini Elos Terus gak usah digawi-gawi Jadi gak ada Kata-kata direncana itu Gak ada Cuma ya Kamu ini Kamu ini Gitu Dengan spontan Apakah dari kata-kata pen Yang Sapaan tadi Ada Kayak orang itu Mengira pen itu Oh Ayo ketemu Keinginan bertemu pen Banyak Banyak Karena-karena itu Pen itu banyak Banyak banget Aku penasaran Aku gak turut Nggak ada kontennya Sama pen Aku kewangan Mbak Mega Banyak Rasa penasaran kali Pengen kali Iya Malah uang kesini Orang kesini pasti gini Mana Mbak Mega Mana Mbak Mega Yang dicari itu aku Oh iya Aku ikutan Mbak Mega Contohnya mau Jakarta Aku kesini Mana Mbak Mega Makan Mana Mbak Mega Mbak Mega Aku gak tau Mbak Mega itu nanti Oh Mbak Mega Mbak Mega Lu ngaku apa suaranya Pasti ngomong Oh berarti daya tarik Dengan suaranya itu tetep Pasti ngomong Aku Aku ngomong Aku Aku bukan Mbak Mega Uangku sudah tau Sama suaraku Nah Ini nih Terus yang ke sembilan ini Apa motivasi utama kreator Untuk mempertahankan Gaya komunikasi Yang bersifat personal Tadi ini Apakah ini strategi spontan Atau dirancang sebagai bagian dari konten Enggak Enggak ada rancang-rancang Spontan Tadi aku bikin konten Sebegitu banyaknya Spontan Aku malah gak dirancang Tanpa kelakupan Gak bisa Aku gak diatur Bikin konten Kan kudung ini-ini Gak bisa Harus spontan Untuk motivasi ini Untuk motivasi konten kreator ini Kenapa Mbak Mega Maksudnya Sampai tinggi nih Penjualan ini Kenapa motivasi Motivasi ini Motivasi ini Namanya Harus Mengerti Dunia Tiktok ini Kenapa Dunia Tiktok ini Dunia Tiktok ini Kenapa Dunia Tiktok ini Kenapa Tidak senang Ada-ada ini Nah sedangkan Dunia aku kan Sepeda kan Nah otomatis Pengikutan anak-anak Nah Pengikutan anak Kenapa tidak senang Kenapa Jadi ya harus Aku harus kasih Keberakan Misalnya aku kasih doorpress Nah Doorpress Untuk ini Siapa yang menjawab ini Akhirnya aku kasih doorpress Siapa yang menjawab ini Mau nek Uang yang tidak komen Akhirnya kan mau komen Soalnya kan ada doorpress Kenapa Kenapa Siapa yang menjawab pertanyaan Otomatis kan Nulis Apa itu Komentar Nah otomatis Beranda itu nanti lewat terus Sekali ditonton Apalagi nulis Tidak usah follow Itu kok lewat terus Berarti kan Lihat nih kok Respon dari penduduk Dari fans apaan Tetap komunikasi Terus lancar Nonton ini Sakit Seumpami live ini Dia ini Cakep dalam

Berkomunikasi Tidak kira menarik Tidak mengganggu Jadi live ini Terus harus berkomunikasi Biasanya live Aku lemah-lembut Iya rek Ini band ini Rekan ini Rekan ini Sini belum ngantuk Jadi aku Live itu Lihat live Aku lihat Live itu Ngomong-ngomong Kelakon Lihat Sampai orang-orang Tidak ngomong Aku ngomong Mereka malah ngomong Lihat Karena ini kan Lihat nih Teman-temanku kan Ada barang balik Iya Kan ya Mereka itu CEO-CEO Tidak mau bayar Dulu kan ya Apa Kenapa ini Kenapa Aku sendiri meronok Aku meronok Butuh bensin Banyak-banyak Tidak mau bayar Terus Aku yang bikin kan Rugi waktu Makanya mau ke CEO Ngomong Tua Oh tidak mau ke CEO Tidak mau Tidak mau Tapi ada orang Tidak mau Maksudnya Tidak mau Mereka Tapi aku Dengan Dengan Aku marah-marah Tapi di belakangnya Aku ada Ada Bukan Ada Ada Bukan Akan Akan Akan Akan Sini Sini Sini Akhirnya orang akan tertawa Tidak, orang tidak akan tertawa Berarti emosi sampai muncul di live ini tidak termasuk bagian dari komunikasi personal Tetap, tapi jendelanya akan mengikutkan anak-anak Nah, tetap burik hari ini harus ada nada tertawa Berarti diselingi Tidak, tidak ada apa-apa, orang akan senang Pertanyaan terakhir ini Bagaimana konten kreator memandang peran TikTok sebagai platform Untuk membangun relasi yang lebih dalam Dengan personal atau pengikutnya dibandingkan dengan media sosial lain Kenapa kamu memilih TikTok sebagai media? Saya ini TikTok ya Saya ini dibandingkan TikTok, Facebook sampai ini Sekarang pemasaran tercepat kan di TikTok 90% tercepat itu di TikTok Tercepat di TikTok Soalnya apa? Sekarang ramai ini di TikTok Berarti harus mengikuti IG paling banyak kan tertentu Facebook paling banyak tertentu Nah, sedangkan TikTok kan ada hiburan lainnya Orang pasti melayani TikTok Lebih cepat Pemasaran ikutnya lebih cepat Ketimbang di IG sama Facebook Berarti perbandingan yang ada di media sosial lainnya Iya, paling cepat TikTok Menurut aku, semua Tidak ada Menurut pelanggan Semuanya kan melalui TikTok Tenari kan melalui TikTok semua Sebenarnya ini dibandingkan dengan live Dan orang tahu Terus komunikasi yang dibangun ini Apakah ada ketertarikan dari konten kreator lain? Apakah ada perbandingan? Seperti aku menyebarkan Sapaan itu tadi ada Seperti, oh, cepat aku Sapaan sendiri Ya, orang-orang sih Kebanyakan menurut ideku Nah Komunikasi ini di TikTok Iya, seperti aku Bikin gebrakan ini Aku kan bikin gebrakan ke Idol Press Lihat-lihat ini Orang mengikuti konten kreatorku Ke Idol Press Banyak sih yang menurut kontenku Ke Idol Press, ke ini, ke ini Awal mulanya karena aku Terus seberapa penting komunikasi ini Mempengaruhi penjualan peyan ini? Komunikasi Sangat penting Sangat penting banget Komunikasi Playa komunikasi ini Minim Minim Seperti aku ini Bikin konten Alakadari Satu minggu bikin konten dua kali Penonton, pelanggan Males Sedangkan kontenku sehari lima kali Aku kan pasti tau Oh ini toko ini pasti resmi Karena setiap hari bikin konten Berarti tidak boleh Dalam satu minggu ini Dalam membuat konten Berkurang Harus, pokoknya minum Seperti aku sehari lima kali Harus sehari lima kali Minum Ini pun sampai cukup Dengan jelaskan Kenapa ku Manfaat dua akun ini Aku masih ada satu akun Megamustika Sundari 2 ini Aku dulu punya akun tiga Aku tiga Aku punya tiga Megamustika Sundari Megamustika Sundari 2 Megamustika Sundari 3 Sim pertama Sim pertama Kenapa aku bikin akun tiga Kalau aku yang satu ke banded Ada akun yang kedua Ada akun yang ketiga Sedangkan di tiktok itu peraturannya ketat banget Nah, sensitif Akun satu ke banded Ada akun yang kedua Berarti untuk pemasaran tetap naik ke atas Soalnya ada akun Coba Mbak Ireni coba Akunnya kan tidak mungkin satu Tiga akun Mbak Gigi juga begitu Dibuat jaga-jaga Iya, buat jaga-jaga Kalau kena pelanggaran Live ini kena

pelanggaran Kan ada Live kena pelanggaran PL satu minggu Tidak bisa live Ada itu dari tiktok aturan Kesalahan bicara Atau kesalahan apa Itu kena PL satu minggu Tidak bisa live Berarti menjaga komunikasi dalam live ini Tidak penting Tidak penting Live tiga harus dipasarkan semua Kadang aku live di akun Megamustika Sundari tiga Kadang live di akun Megamustika Sundari dua Akun Megamustika Sundari satu itu Sudah ke banded Tidak bisa Sedangkan tiktok itu ada Pelanggarannya itu ada lima Kalau sudah kena lima pelanggaran Empat pelanggaran itu sudah sakratul maut Tidak bisa diperbaiki Satu kesalahan hilang Ditelan bumi Contohnya kenapa mereka komunikasi yang dilarang Dalam live ini Banyak Banyak maksudnya perkataan Iya perkataan Soalnya peraturan itu ada dua Peraturan affiliator Ada peraturan Live biasa Tidak peraturan affiliator Karena aku menjual barang Di tiktok Otomatis aku tidak boleh menyarankan Orang untuk beli di luar Harus belinya di tiktok Ini kalau dilanggar sakit Ya kena pelanggaran Misalnya mereka itu ongkirnya mahal Aku terus bilang Ya sudah pelanggaran Kena pelanggaran PR1 Berarti komunikasi Tentang live ini tetap harus dijaga Aku misalnya jualan bedak Loh telah entar lah

Transcribed by [TurboScribe.ai](#). [Go Unlimited](#) to remove this message.