

Analisis Tanggapan Audiens pada Emotional Appeal yang Terkandung dalam Video Pemasaran Buku Shawn Warner di TikTok = Analysis of Audience Reception to the Emotional Appeal in Shawn Warner's Book Marketing Video on TikTok

Hana Fairuza Adnan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553380&lokasi=lokal>

Abstrak

TikTok memiliki komunitas BookTok yang telah berkontribusi dalam peningkatan penjualan buku, yang tidak dapat dicapai oleh komunitas membaca online lainnya. Kekuatan BookTok dimanfaatkan sebagai ladang pemasaran buku, salah satunya dengan cara menyebarkan konten yang mengandung emotional appeal. Namun, masih terdapat kurangnya penelitian yang secara khusus mengkaji tanggapan audiens terhadap penggunaan emotional appeal dalam konteks pemasaran buku di platform tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana audiens menanggapi emotional appeal yang terkandung dalam video pemasaran buku Shawn Warner di TikTok. Penelitian kualitatif ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data melalui data sekunder (komentar audiens) serta analisis tematik. Dari penelitian ini, ditemukan bahwa video Shawn Warner yang viral tersebut mengandung emotional appeal (sad appeal), yang memperlihatkan penulis dalam situasi yang menyedihkan. Penelitian ini menemukan bahwa audiens menanggapi hal tersebut dengan tiga cara, yaitu memberikan dukungan untuk menaikkan penjualan buku penulis, menunjukkan empati dan apresiasi, serta menunjukkan ketertarikan terhadap kualitas buku. Temuan ini menekankan pentingnya penggunaan emotional appeal dalam strategi komunikasi pemasaran buku yang melibatkan penulis, terutama untuk membangun koneksi dengan audiens serta menggugah empati mereka, sehingga mereka terdorong untuk membantu penulis tersebut.

.....TikTok has a BookTok community that has significantly contributed to increased book sales, a feat unmatched by any other online reading community. The power of BookTok has been leveraged as a platform for book marketing, particularly by promoting content with emotional appeal. However, there is a lack of research specifically examining audience reception of emotional appeals in book marketing on this platform. This study aims to explore audience reception of emotional appeals in Shawn Warner's book marketing videos on TikTok. This qualitative research uses secondary data (audience comments) and thematic analysis for data collection and interpretation. The viral Shawn Warner video contains a sad emotional appeal, depicting the author in a sorrowful situation. The study found that the audience responded in three main ways: offering support to boost the author's book sales, showing empathy and appreciation, and expressing interest in the book's quality. The findings emphasize the importance of emotional appeals in book marketing communication strategies involving authors. Such appeals can build connections with the audience and evoke empathy, encouraging them to support the author.