

# **KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA MANAJER DAN INFLUENCER DALAM MENGEMBANGKAN KONTEN PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK**

**RHAMANDA MUHARRY SHOLAYUBI**

(rhamanda@upnvj.ac.id)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi komunikasi interpersonal antara manajer dan influencer dalam mengembangkan konten di platform media sosial TikTok. Menggunakan pendekatan fenomenologi kualitatif, penelitian ini mendalami pengalaman dan interaksi yang terjadi antara kedua pihak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif, meliputi aspek keterbukaan, empati, perilaku suportif, perilaku positif, dan kesetaraan, berperan penting dalam menciptakan dan mengembangkan konten yang inovatif. Selain itu, tantangan seperti perbedaan persepsi dan kurangnya empati diidentifikasi sebagai hambatan yang dapat memengaruhi efektivitas komunikasi. Dengan memahami pola komunikasi ini, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengelolaan hubungan kerja antara manajer dan influencer, khususnya di era digital.

**Kata Kunci:** Komunikasi interpersonal, manajer, influencer.

***INTERPERSONAL COMMUNICATION BETWEEN MANAGERS AND  
INFLUENCERS IN DEVELOPING CONTENT ON SOCIAL MEDIA TIKTOK***

**RHAMANDA MUHARRY SHOLAYUBI**

(rhamanda@upnvj.ac.id)

***ABSTRACT***

*This study aims to explore interpersonal communication between managers and influencers in developing content on the TikTok social media platform. Using a qualitative phenomenological approach, the research delves into the experiences and interactions between the two parties. The findings reveal that effective interpersonal communication, encompassing openness, empathy, supportive behavior, positive behavior, and equality, plays a crucial role in creating and developing innovative content. Additionally, challenges such as differences in perception and lack of empathy are identified as barriers that can impact communication effectiveness. By understanding these communication patterns, this study is expected to provide theoretical and practical contributions to managing working relationships between managers and influencers, particularly in the digital era.*

***Keywords:*** *Interpersonal communication, managers, influencers.*