

BAB II

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah Aplikasi TikTok

Aplikasi video singkat asal Cina ini lahir tidak dengan nama TikTok. Awal perilisan pada September 2016, aplikasi tersebut diperkenalkan sebagai Douyin oleh pendirinya Zhang Yiming. Pria asli Tiongkok tersebut merupakan lulusan software engineer dari Universitas Nankai, Cina. Sebelum menciptakan TikTok, Yiming sudah lebih dulu membangun perusahaan teknologi ByteDance pada Maret 2012. Kemudian, *ByteDance* berinovasi untuk merilis aplikasi bernama Douyin pada 2016. Dengan begitu, TikTok menjadi media sosial di bawah kelolaan *ByteDance*, yang juga perusahaan teknologi raksasa dari Negeri Panda. Sejak dirilis pada 2016, Douyin sudah mendapat respons positif dari peselancar dunia maya. Dalam waktu singkat aplikasi video singkat tersebut mampu menggaet 100 juta pengguna, dengan sekitar 1 miliar video *views* setiap harinya.

Kesuksesan tersebut kemudian menggiring Douyin untuk mencicipi pangsa pasar dunia dengan ekspansi ke luar negeri. Pada 2017, aplikasi yang dibangun *ByteDance* tersebut mengakuisisi aplikasi Musical.ly yang merajai media sosial di bidang *sharing* video singkat di Amerika Serikat. Untuk memudahkan pelafalan dan cepat untuk diingat, nama aplikasi kemudian berubah menjadi TikTok. TikTok mulai dikenal masyarakat Indonesia pada 2018, eksistensinya pun kian melejit saat pandemi Covid-2019. Hal ini

didukung tingginya okupansi masyarakat berselancar di dunia maya, lantaran kebijakan pemerintah untuk tetap di rumah demi menekan angka kasus Covid-19 saat itu. Menurut laporan perusahaan aplikasi dan jaringan Kanada, Sandvine, TikTok masuk dalam peringkat lima besar sebagai media sosial terpopuler dunia yang menyumbang *downstream traffic internet* terbesar pada 2022, yakni sekitar 3,93%.

TikTok adalah aplikasi media sosial populer yang telah mendapatkan popularitas luar biasa di seluruh dunia. Dengan tampilan aplikasi yang ramah pengguna dan memuat format video pendek, TikTok memungkinkan pengguna membuat dan berbagi konten kreatif. Aplikasi ini menyediakan *platform* bagi individu untuk menampilkan bakat mereka, berbagi pemikiran, dan terhubung dengan komunitas global. Umpan algoritma TikTok merekomendasikan konten berdasarkan preferensi pengguna, memastikan pengalaman pengguna yang dipersonalisasi. Alat dan efek pengeditan aplikasi memungkinkan pengguna membuat video yang menarik secara visual dengan mudah. TikTok telah menjadi fenomena budaya, memengaruhi tren, musik, dan bahkan membentuk budaya populer. Ini telah merevolusi cara orang mengonsumsi dan membuat konten, menjadikannya aplikasi yang kuat dan berpengaruh dalam lanskap digital.

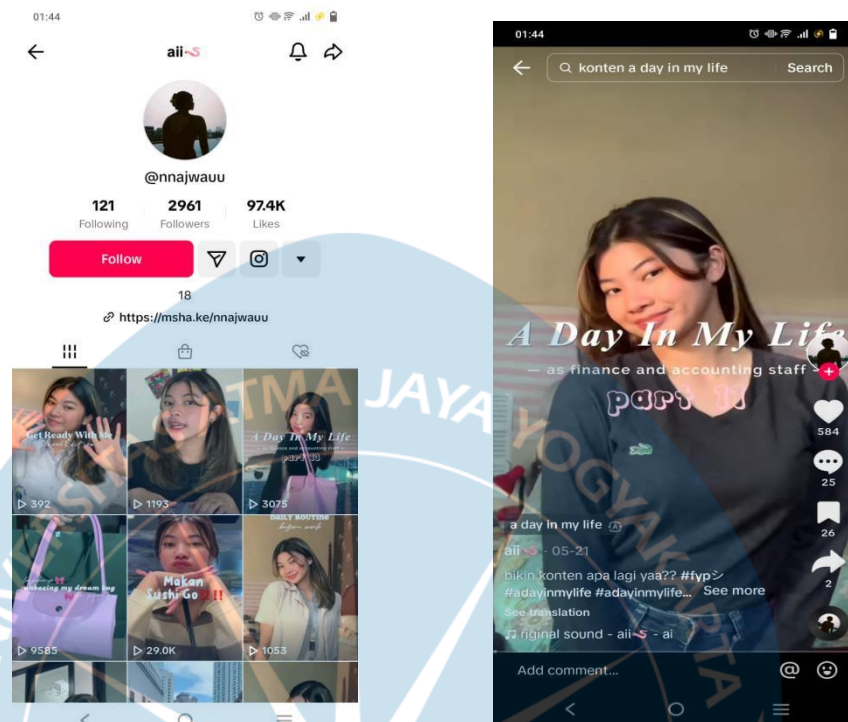
Konten *a day in my life* di Tiktok mulai banyak digandrungi karena menyorot kegiatan pribadi orang lain. Bagi pembuat konten, tantangan membuat konten *a day in my life* ada di masalah pengambilan *footage* video. Terkadang ada beberapa momen yang terlewat karena lupa untuk merekamnya.

Menyatukan potongan video-video singkat sesuai alur cerita dan menyesuaikan *voice over* sesuai dengan adegan diakui bagi para *content creator* menjadi tantangan bagi mereka. Karena harus berurutan dari pagi hingga malam hari, tak jarang mereka merasa kesusahan mencari potongan video yang terekam dan mencoba mencari ide untuk *voice over* maupun *editingnya* agar terlihat menarik.

B. Profil Informan

1. Akun Tiktok dan Tampilan Profil dari Aiko Irawan

Pada profil akun Tiktok Aiko Irawan terlihat bahwa cover yang digunakan dalam videonya sudah disertai dengan judul *a day in my life as a finance and accounting staff*. Tak hanya itu dirinya juga membuat konten *get ready with me* yaitu konten dimana dirinya memperlihatkan dirinya saat bersiap-siap seperti memakai riasan wajah, memilih pakaian, dan juga menata rambut sebelum melakukan aktivitas, dalam konten ini biasanya Aiko menyelipkan produk yang menjadi bagian kerja samanya dan Aiko juga mengunggah konten dirinya kulineran mencoba berbagai makanan untuk direkomendasikan kepada pengikutnya.



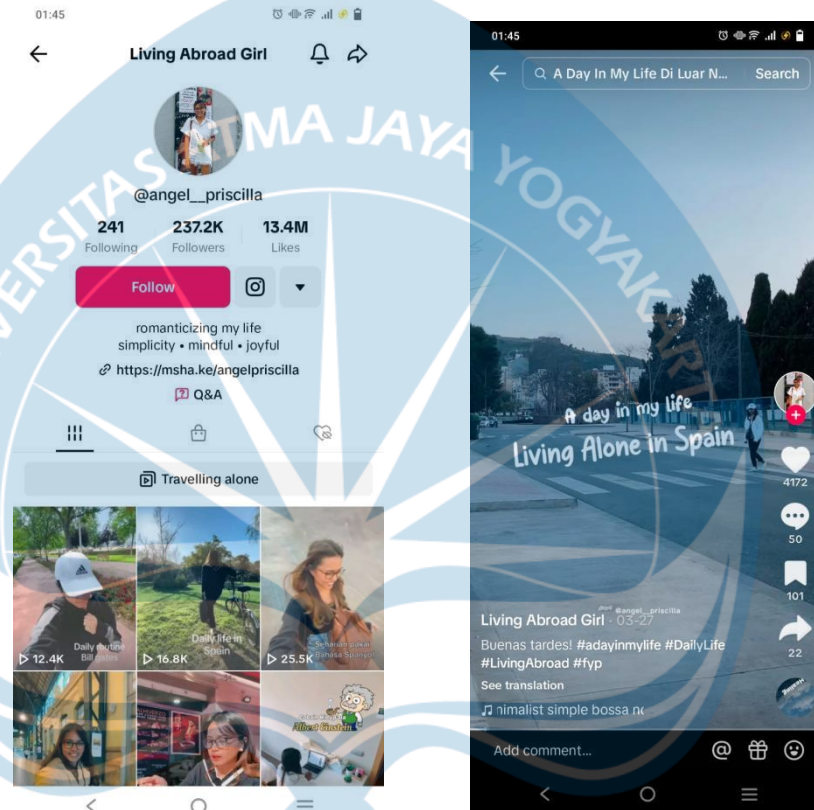
Gambar 2. Tampilan Profil Akun Tiktok Aiko Irawan

Tampilan opening konten *a day in my life* milik Aiko. Terlihat dalam judulnya bahwa konten tersebut sudah mencapai *part 11*. Kontennya pun diselingi dengan *endorsement* produk dan juga mereview produk yang dikirimkan kepadanya. Aiko memilih *cover* dengan tampilan wajahnya untuk menunjukkan penampilannya di dalam video yang diunggah.

2. Akun Tiktok dan Tampilan Profil dari Angel Priscilla

Akun milik Angel Priscilla (@angel_priscilla) memperlihatkan dalam bio profilnya bahwa dirinya adalah orang yang *simple* dan ceria. Dirinya pun memilih *cover* yang sesuai dengan kegiatan yang dia unggah dalam videonya. Angel memperlihatkan kepada pengikutnya bahwa tempat atau kegiatan yang akan diperlihatkan sesuai dengan *cover*nya. Dengan *username Living Abroad Girl*, Angel ingin menunjukkan bahwa

video yang diunggah merupakan kegiatan seorang perempuan yang tinggal di luar negeri. Berbagi pengalamannya selama dirinya tinggal di luar negeri yang tentunya berbeda dengan saat dirinya masih menetap di Indonesia.



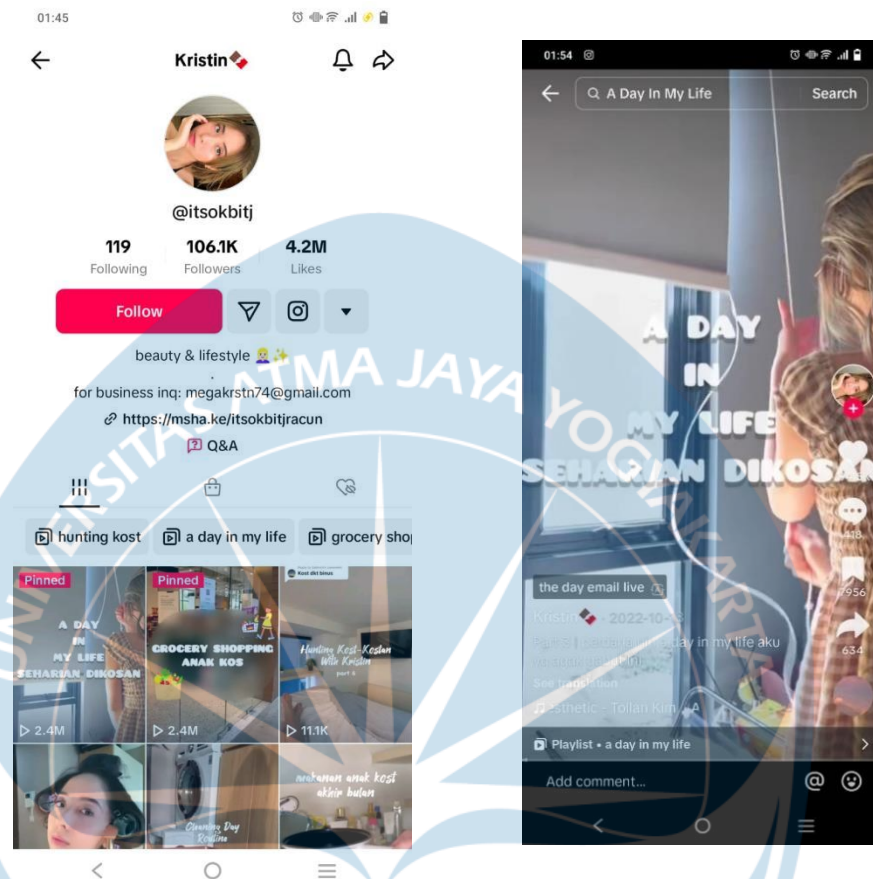
Gambar 3. Tampilan Profil Akun Tiktok Angel Priscilla

Judul video *a day in my life living alone in Spain* memperlihatkan dirinya yang berkegiatan selama sehari penuh sendirian di Spanyol. Seperti jalan-jalan mengitari lingkungan kota tempat tinggalnya hingga mendatangi festival yang sedang berlangsung di Spanyol. Angel menjadikan Tiktok sebagai jurnal kegiatan sehari-harinya.

Saat ini konten *a day in my life* yang diunggah oleh Angel telah mencapai *part* 117, di mana untuk ukuran konten *a day in my life*, Angel termasuk konsisten mengunggah kegiatannya dalam Tiktok. Angel terkadang mengabadikan dirinya saat tengah berkeliling atau menikmati suasana yang ada di sana. Tentu saja kontennya ini mendapat reaksi dari penonton yang menganggap hidupnya sangat sempurna, bisa tinggal di luar negeri dan mengunjungi banyak tempat.

3. Akun Tiktok dan Tampilan Profil dari Mega Kristin

Profil Tiktok dari Mega Kristin (@itsokbitj) konten yang ditampilkan oleh Mega ialah kegiatannya sebagai anak kos. Bahkan Mega membuat *playlist* sesuai kategori kontennya seperti kategori *a day in my life*, hunting kos, nyobain coklat, dan *grocery shop* anak kos. Mega menampilkan dirinya sebagai seorang anak kos dengan kegiatan sehari-harinya di kos maupun berbelanja ala anak kos. Kategori konten tersebut mempermudah pengikutnya atau orang yang mengunjungi profilnya dapat dengan mudah mencari kontennya tanpa perlu *scroll* terlalu jauh. Mega pun memperlihatkan dirinya dalam bio yang ditulisnya bahwa dirinya menyukai hal yang berkaitan dengan *beauty* dan *lifestyle*.

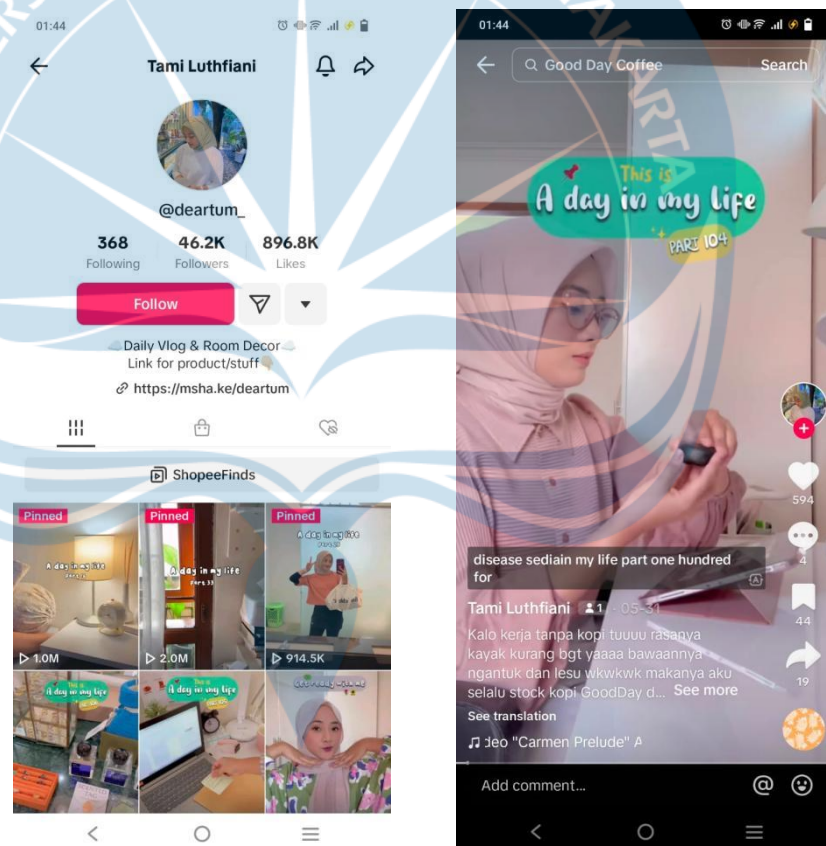


Gambar 4. Tampilan Profil Akun Tiktok Mega Kristin

Dalam *playlist* video kategori *a day in my life*, Mega telah mengunggah video *a day in my life* hingga *part 16*. Karena sebagian besar latar videonya diambil saat di kos, banyak audiens yang mengomentari mengenai suasana kosnya yang dinilai mewah dan nyaman. Kegiatan yang dilakukannya pun bahkan dianggap *a day in my life* orang kaya. Huniannya dinilai mewah untuk disebut kos karena fasilitas yang dijelaskan Mega dalam videonya.

4. Akun Tiktok dan Tampilan Profil dari Tami Luthfiani

Profil Tiktok dari Tami Luthfiani (@deartum_) penampilan dari *cover* videonya sudah menampilkan *room decor* yang *aesthetic* dan rapi. Sesuai dengan yang ingin ditampilkannya bahwa dirinya sangat menyukai dengan hal-hal yang berkaitan dengan *room decor*. Konten *a day in my life* yang diunggahnya pun selalu memperlihatkan sudut meja atau tempat tidurnya yang telah didekor sebagus mungkin.



Gambar 5. Tampilan Profil Akun Tiktok Tami Luthfiani

Tami membuat kategori Shopee *finds* untuk video-video yang berisikan barang-barang yang dirinya temui dan beli melalui aplikasi Shopee. Agar memudahkan pengikutnya untuk mencari atau membeli barang yang sama dengan Tami gunakan. Dalam tampilan videonya pun penampilan Tami diperlihatkan dengan pakaian yang berwarna senada dengan dekornya dan sudut pengambilan video yang menonjolkan dekor ruangan kamarnya.

Keempat konten kreator dengan konten *a day in my live* di aplikasi Tiktok yang dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini secara detail dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 2
Profil Informan

| No | Nama | Umur | Akun Tiktok | Jumlah Pengikut |
|----|-----------------|----------|-------------------|------------------|
| 1. | Angel Priscilla | 26 Tahun | @angel__priscilla | 237.2K Followers |
| 2. | Aiko Irawan | 18 Tahun | @nnajwauu | 2961 Followers |
| 3. | Tami Luthfiani | 26 Tahun | @deartum_ | 46.2K Followers |
| 4. | Mega Kristin | 25 Tahun | @itsokbitj | 106.1K Followers |

Berikut profil singkat dari keempat narasumber tersebut:

1. Angel Priscilla atau yang biasa dipanggil Angel. Angel merupakan lulusan D3 akuntansi dan pekerjaan terakhirnya di pengadilan pajak. Sebelum dirinya memutuskan untuk pindah tinggal di Spanyol. Perempuan berusia 26 tahun ini memiliki latar belakang

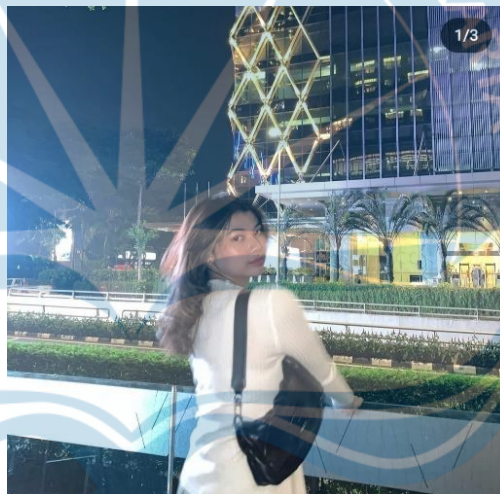
bekerja sebagai PNS di Pengadilan Pajak yang berada di Jakarta. Awal mula viralnya video Tiktok yang dia unggah ialah saat dia mengunggah konten dengan tema keseharian sebagai PNS di Jakarta. Namun, saat ini Angel sudah memutuskan untuk mengundurkan diri dari kantornya dan pindah mengikuti sang suami untuk tinggal di Spanyol. Selama 1 tahun terakhir tinggal di Spanyol, Angel menjalankan aktivitas keseharian sebagai content creator dengan membagikan kegiatannya sehari-hari saat mengunjungi tempat-tempat yang ada di Spanyol maupun eksplor makanan yang ada di Spanyol.



Gambar 6. Foto Konten Kretaor Angel Priscilla

2. Aiko Irawan atau dipanggil Adinda merupakan lulusan SMK jurusan akuntansi keuangan dan lembaga. Saat ini dirinya bekerja secara full time sebagai *staff finance* dan *accounting* di PT. Wide Technologies Indonesia. Content creator dijadikannya sebagai

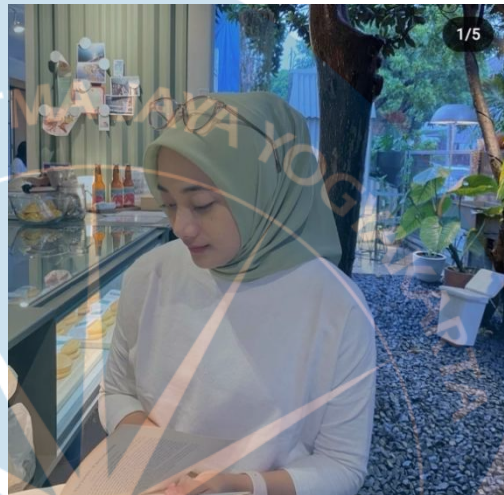
profesi *part time* saat mengisi waktu luang setelah selesai *office hour* atau di weekend. perempuan berusia 18 tahun ini mengawali videonya di Tiktok dengan konten *a day in my life as a finance and accounting staff*. Karena kegiatannya yang sudah bekerja di usia muda, Aiko mendapat banyak komentar dan juga pujian mengenai skill yang dimilikinya karena dapat bekerja di perusahaan dalam usia yang cukup muda. Aiko ingin menjadi motivasi bahwa usia berapapun bisa meraih impiannya untuk bekerja di kantor.



Gambar 7. Foto Konten Kretaor Aiko Irawan

3. Tami Luthfiani, perempuan berusia 26 tahun berdomisili di Bandung yang merupakan seorang pegawai di perusahaan swasta dan menjadi *content creator* hanya di waktu senggang atau *part time content creator*. Di tahun 2020 Tami mengaku iseng bermain Tiktok karena saat itu ia sedang melanjutkan pendidikannya di bangku kuliah dan mencari kegiatan lain di tengah situasi pandemic yang membosankan, dan pada tahun 2022 barulah Tami mencoba

menekuni dunia *content creator* karena hobinya di bidang *room decor* dan ternyata mendapat apresiasi dari pengikutnya. Walaupun begitu, Tami tetap mencoba membagi waktu antara pekerjaan *full time* nya dan mencari ide untuk konten yang akan dia buat.



Gambar 8. Foto Konten Kretaor Tami Luthfiani

4. Mega Kristin, perempuan berusia 25 tahun yang bermula dari konten dia bersama pasangannya mereview coklat-coklat yang dibeli. Mega Kristin mencoba menekuni mengonten di Tiktok karena dinilai menjanjikan untuk mencari relasi juga uang melalui kerja sama *endorsement*. Mega pun masih *handle* semua kerja sama hingga editing sendiri tanpa bantuan siapapun. Mega pun dengan yakin menjadikan *content creator* sebagai pekerjaan utamanya setelah lulus SMA. Sebelumnya dia sempat mencoba berjualan *custom* online di Instagram. Mega mengaku lebih aktif dan banyak menghabiskan waktu di Tiktok sekalian mencari

inspirasi untuk video-video selanjutnya. Mega pun mengaku ingin lebih mengembangkan dirinya lewat konten Tiktoknya.



Gambar 9. Foto Konten Kretaor Mega Kristin

Empat *content creator* tersebut secara aktif dan konsisten mengunggah konten di Tiktok khususnya *a day in my life*. Dan cukup aktif dalam berinteraksi dengan pengikutnya di kolom komentar akun mereka.