

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Media Sosial TikTok

TikTok adalah salah satu aplikasi di jejaring sosial dan merupakan kanal *music video* yang didirikan oleh Zhang Yiming pada September 2016 di Cina oleh perusahaan *Byte Dance*. Aplikasi TikTok pada awalnya dinamai *Douyin* yaitu aplikasi yang berisikan video pendek. Aplikasi *Douyin* berkembang pesat di Cina, hanya dalam waktu setahun *Douyin* telah berhasil mendapatkan satu juta pengguna dengan satu miliar tayangan video setiap hari (Malimbe, Waani, & Suwu, 2021, hal. 2).

Minat pengguna aplikasi *Douyin* yang tinggi di Cina membuat perusahaan melakukan ekspansi ke luar Cina dan mengganti nama aplikasi *Douyin* menjadi TikTok seperti yang kita kenal sekarang. Aplikasi TikTok dimanfaatkan oleh penggunanya sebagai sarana hiburan, berekspresi, dan bertukar informasi lewat unggahan melalui video pendek. Misi dari aplikasi TikTok yaitu untuk menginspirasi, berkreasi, dan membawa kesenangan sehingga hadirnya aplikasi TikTok juga mendorong kreativitas masyarakat untuk membuat konten yang menarik. Saat ini TikTok memiliki 11 kantor global yang tersebar di seluruh penjuru dunia yaitu Los Angeles, New York, Jakarta, Seoul, Tokyo, Singapura, Dubai, Berlin, London, Paris, dan Mumbai (TikTok.com)

Di Indonesia aplikasi TikTok mulai dikenal sejak tahun 2018 hingga 2019, akan tetapi pada masa itu TikTok dikenal sebagai aplikasi *digital* berbasis audio yang mengeluarkan *output* bersifat pembodohan dan memproduksi konten negatif bagi

anak - anak sehingga pada akhirnya aplikasi TikTok diblokir oleh Kominfo (Kementerian Komunikasi dan Informatika) (Hasiholan, Pratami, & Wahid, 2020) tapi pada akhirnya TikTok kembali digunakan di Indonesia tepatnya saat awal munculnya pandemic Covid-19.

Berdasarkan data dari Databoks (Kusnandar, 2023), berikut ini 10 negara dengan pengguna media sosial TikTok terbanyak di dunia pada tahun 2023:

1. Amerika Serikat: 136,42 juta pengguna
2. Indonesia: 99.07 juta pengguna
3. Brasil: 73,58 juta pengguna
4. Rusia: 51,3 juta pengguna
5. Meksiko: 50.52 juta pengguna
6. Vietnam: 45.82 juta pengguna
7. Filipina: 40,36 juta pengguna
8. Thailand: 38,38 juta pengguna
9. Turki: 28,68 juta pengguna
10. Pakistan: 24,05 juta pengguna



Gambar 2. 1 Kebiasaan Pengguna TikTok di Dunia Tahun 2021

Sumber: Ginee.com, 2021

Berdasarkan *online user behaviour* dari media sosial TikTok, terdapat 95% pengguna yang menonton video dari FYP (*for your page*) dan sebanyak 66% pengguna menyukai video TikTok, dan 24% pengguna yang membagikan video TikTok. (Ginee.com, 2021)



Gambar 2. 2 Demografi Pengguna TikTok di Dunia Tahun 2021

Sumber: Ginee.com, 2021

Berdasarkan dari data demografi pengguna TikTok di Indonesia, dapat dilihat bahwa pengguna TikTok terbanyak di Indonesia berasal dari Jakarta yaitu sebesar 22%, kemudian disusul oleh Jawa Timur sebesar 18%, dan Jawa barat yaitu 13%, sedangkan persentase terkecil dipegang oleh Kalimantan Selatan yaitu sebesar 2%.



Gambar 2. 3 Demografi Usia Pengguna TikTok di Dunia Tahun 2021

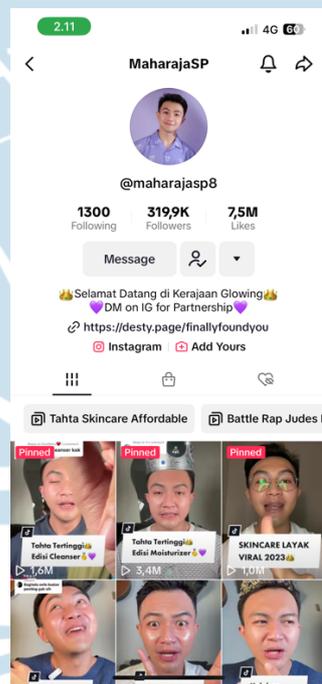
Sumber: Ginee.com, 2021

Rata-rata usia pengguna TikTok di Indonesia yaitu berumur 18-24 tahun dengan persentase sebesar 40%, kemudian usia 25-34 tahun dengan persentase sebesar 37%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat 76% masyarakat di Indonesia berusia 18-34 tahun yang mengakses media sosial TikTok.

B. Followers Beauty Influencer @Maharajasp8

Akun TikTok @Maharajasp8 mulai mengunggah konten pertamanya pada tanggal 14 Februari 2022, konten pertama tersebut mendapatkan 769,9K penonton. Pada konten pertama @Maharajasp8 belum mengunggah video yang berisikan konten tentang produk kecantikan, akan tetapi hanya video dirinya saja. Tapi mulai

pada video kedua ia mulai mengunggah video tentang perjalanan kulitnya yang ia beri *hashtag* #ClearSkinJourney. Sejak itulah *viewers beauty influencer* @Maharajasp8 semakin meningkat, begitupun dengan *followersnya*. Dalam waktu setahun, @Maharajasp8 berhasil meraih *followers* sebanyak 319,9K dengan jumlah *likes* sebanyak 7,5M.



Gambar 2. 4 Laman Akun TikTok @Maharajasp8

Sumber: Akun TikTok @maharajasp8, 2023

Akun TikTok @Maharajasp8 sering kali memberikan edukasi kepada *followersnya* antaranya adalah tentang cara merawat kulit, sembuh dari jerawat, cara mendapatkan kulit yang bersih, maupun mereview dan merekomendasikan produk kecantikan. Berdasarkan konten yang dibuat oleh @Maharajasp8 tentunya menarik perhatian *brand – brand* untuk bekerja sama dengannya dalam melakukan *brand awareness*.



Gambar 2. 5 Konten yang Diunggah Oleh @Maharajasp8

Sumber: Akun TikTok @maharajasp8, 2023

Selain itu @Maharajasp8 juga dikenal sebagai *beauty influencer* yang jujur dalam memberikan *review* dan kritikan terhadap suatu produk, jika ada suatu produk yang tidak ia sukai maka ia akan secara terang – terangan mengatakannya dalam konten yang ia unggah. Pada komentar salah satu videonya @Maharajasp8 juga mengklaim dirinya sebagai *influencer* yang jujur, hal ini yang menjadikan ia mendapatkan kepercayaan yang besar dari *followersnya* dalam mereview produk kecantikan.



Gambar 2. 6 Komentar Beauty Influencer @Maharajasp8

Sumber: Akun TikTok @maharajasp8, 2023

Di awal tahun 2023, muncul sebuah tren baru di TikTok yaitu *Deinfluencing Trend* dan menjadi viral di media sosial TikTok, karena lewat *trend* ini *influencer* dinilai lebih jujur dan rasional dalam menyampaikan kekurangan suatu produk ketimbang hanya menginformasikan kelebihan suatu produk dan tidak jarang juga *influencer* memberi *review* palsu hanya karena dibayar pemilik *brand*. Meskipun tidak semua *review* yang disampaikan *influencer* adalah kebohongan, dengan hadirnya *deinfluencing trend* dianggap sebagai penyeimbang agar audiens dapat berhati – hati sebelum membeli suatu produk. Singkatnya, *deinfluencing trend* hadir untuk memerangi budaya konsumerisme dan audiens diharapkan untuk lebih bijak

dan tidak cepat terbuai *review* dari *influencer*. *Beauty Influencer* @Maharajasp8 juga turut meramaikan *deinfluencing trend* dengan membuat video TikTok, dimana ia juga memberitahukan kepada *followersnya* produk apa saja yang tidak layak untuk dibeli menurut dirinya.



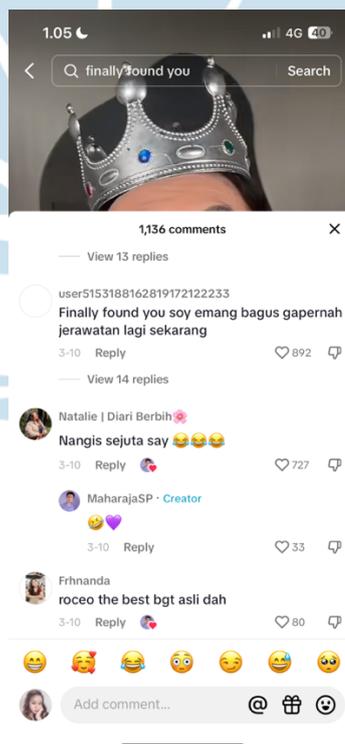
Gambar 2. 7 Konten Deinfluencing Trend Oleh @Maharajasp8

Sumber: Akun TikTok @maharajasp8, 2023

C. Followers Akun TikTok @Maharajasp8

Akun TikTok @Maharajasp8 memiliki pengikut yang semakin bertambah setiap harinya, pada tanggal 17 Juli 2023 *followers* @Maharajasp8 di media sosial TikTok telah mencapai 319,9K. Peningkatan jumlah *followers* disebabkan oleh isi – isi konten yang menarik perhatian pengguna media sosial TikTok. Khususnya

bagi pengguna TikTok yang tertarik dengan pembahasan mengenai produk kecantikan. Selain itu saat ini @Maharajasp8 juga kerap kali melakukan LSA atau (*Live Shopping Ad*) yang di mana saat melakukan siaran *live* selain berinteraksi dan menjawab pertanyaan *followers*nya, ia juga dapat berjualan produk – produk yang ia rekomendasikan ke *followers* dan memberikan diskon khusus untuk *followers*nya. Kebanyakan dari *followers* @Maharajasp8 ialah orang – orang yang tertarik dengan produk kecantikan, *followers* @Maharajasp8 juga percaya dengan *review – review* yang dibuat oleh @Maharajasp8.



Gambar 2. 8 Komentar Followers @Maharajasp8

Sumber: Akun TikTok @maharajasp8, 2023