

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

#### A. TikTok

Aplikasi *TikTok* merupakan salah satu jejaring sosial media yang mengandung audio visual. Aplikasi *TikTok* dipublikasikan pada awal bulan September 2016. Pada mulanya aplikasi ini tidak dinamakan *TikTok* melainkan *Douyin*. Aplikasi *Douyin* ini diciptakan oleh salah satu perusahaan Cina yang bernama ByteDance. Aplikasi *Douyin* ini dalam satu tahunnya berkembang pesat hingga menyentuh 100 juta pengguna. Hal ini membuat aplikasi *Douyin* ini melakukan ekspansi keluar dengan nama barunya yaitu *TikTok* (Aji & Setiyadi, 2020).

Aplikasi *TikTok* memberikan fitur kepada penggunanya untuk membuat video musik sesuai dengan kreativitas pengguna aplikasi *TikTok* ini. Aplikasi *TikTok* ini memiliki misi yaitu berguna untuk menginspirasi, meningkatkan kreativitas masyarakat dan membawa kesenangan bagi banyak orang (TikTok, n.d.a). Pada tahun 2018 hingga 2019, *TikTok* kembali menciptakan rekor sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh yaitu 45,8 juta kali. (Fatimah Kartini Bohang, 2018).

Pada bulan September tahun 2021, *TikTok* sudah menyentuh angka 1 miliar pengguna aktif. Hal tersebut membuat *TikTok* mendapatkan urutan ke enam sebagai platform sosial media teraktif (Kemp, 2022).

Dilansir dalam laman [tekno.kompas.com](http://tekno.kompas.com) pada tanggal 3 Juli 2018, akses *TikTok* di Indonesia diblokir oleh Kominfo (Kementerian Komunikasi

dan Informatika). Hal tersebut terjadi dikarenakan Kominfo melakukan pemantauan dan mendapatkan beberapa keluhan dari pengguna aplikasi *TikTok*. Namun dari tanggal 3 Juli 2018 Kominfo mendapatkan lebih dari 2 ribu laporan dan keluhan. Menurut salah satu anggota Kominfo yaitu Rudiantara, aplikasi *TikTok* ini banyak mengandung konten-konten berunsur negatif terutama untuk anak-anak. Setelah berbagai pertimbangan dan juga regulasi baru pada bulan Agustus 2018 aplikasi *TikTok* kembali beroperasi di Indonesia. Salah satu ketentuannya adalah batas usia pengguna *TikTok* yang harus berusia 11 tahun.

Indonesia menduduki nomor dua pengguna aplikasi *TikTok* terbanyak di seluruh dunia yaitu 113 juta pengguna per April 2023 (tekno.kompas.com, 2023). Menurut *We Are Social* (2023), mayoritas kalangan usia yang menggunakan *TikTok* berusia 18 hingga 24 tahun. Hal tersebut mencatat bahwa ada 38,5% penggunanya berusia 18 hingga 24 tahun. Indonesia juga ikut berkontribusi pada salah satu anak perusahaan dari ByteDance ini yaitu *TikTok Shop*.

*TikTok Shop* merupakan salah satu platform belanja *online* yang merupakan anak perusahaan dari aplikasi *TikTok*. Pada tahun 2022 Indonesia penjualannya mencapai hingga 2,5 miliar US Dollar atau setara dengan 37,2 triliun rupiah. Pada Maret 2023 pencatatan penjualan sebesar 1 miliar US Dollar atau setara dengan 14,8 triliun. Hal ini terjadi hanya dalam 3 bulan pertama di tahun 2023 (tekno.kompas.com, 2023).

Menurut Populix yang dilansir dari *The Social Commerce Landscape in Indonesian* (2023), *TikTok Shop* menjadi salah satu *e-commerce* yang paling sering digunakan untuk transaksi belanja *online* mencapai hingga 45 persen. Hal ini mengalahkan *Whatsapp*, *Facebook*, dan *Instagram* (tekno.kompas.com, 2023). Salah satu fitur *TikTok* yang digunakan untuk memasarkan produk adalah *live streaming*.

*TikTok* memiliki fitur *live streaming* yang dapat memudahkan pembeli untuk melakukan transaksi. Dengan adanya fitur *live streaming* ini calon konsumen bisa meminta *host live streaming* untuk langsung memperlihatkan atau *mereview* produknya secara langsung (Putra & dkk, 2023). Selain itu pada saat *live streaming* berlangsung calon konsumen bisa sembari melakukan transaksi belanja *online*.

Munculnya *live streaming TikTok Shop* pada aplikasi *TikTok* membuka kesempatan bagi para pebisnis untuk menjual dan memasarkan produknya. Bahkan pelaku bisnis juga bekerja sama bersama *influencer* terkenal di Indonesia (Rizal, 2021). Selain *brand-brand* internasional yang memasarkan produknya di Indonesia, *brand* lokal juga menggunakan *TikTok* sebagai media pemasaran produk. Salah satu *brand skincare* lokal terkenal yaitu *Somethinc*.

## **B. Brand Skincare Somethinc**

*Somethinc* merupakan salah satu *brand* lokal yang berfokus pada bidang kecantikan. Pendiri *brand Somethinc* ini adalah Irene Ursula. Dilansir dari store.sirclo.com (2022), Irene Ursulu salah satu pencetus

*brand* kecantikan yang sedang naik daun di tengah kalangan masyarakat. Irene Ursula merupakan sarjana akuntansi, ia memulai bisnisnya dari rasa sukanya dengan dunia kecantikan. Hal tersebut membuat Irene Ursula meniti karirnya mulai dari 2013. Selain itu ia juga mendirikan salah satu *e-commerce* yang memang khusus di bidang kecantikan yaitu *Beauty Haul*.

Pada tahun 2019, ia memproduksi *brand* sendiri yaitu *Somethinc*. Tentunya banyak sekali berbagai rintangan dan juga hambatan yang dilalui oleh Irene Ursula dalam membangun *Somethinc* ini (store.sirclo.com, 2022). Hal tersebut tidak membuat Irene Ursula menyerah hingga akhirnya *Somethinc* mendapatkan penghargaan *Best Newcomer Local Brand* (FD Editor's Choice) tahun 2019 dari *Female Daily* (Laurenzia & dkk, 2021). Meraih penjualan tertinggi sebesar 53,2 miliar rupiah dan menempati posisi pertama penjualan tertinggi di Indonesia (compas.co.id, 2022).

*Somethinc* menjual berbagai macam kebutuhan khususnya di bidang kecantikan. Tidak hanya ada produk-produk untuk merawat kulit, namun ada juga produk-produk untuk mempercantik wajah atau *make-up*. Hal ini tentunya banyak diminati oleh kaum-kaum perempuan. Namun tidak sedikit juga laki-laki yang membeli produk *Somethinc* untuk merawat kulitnya.

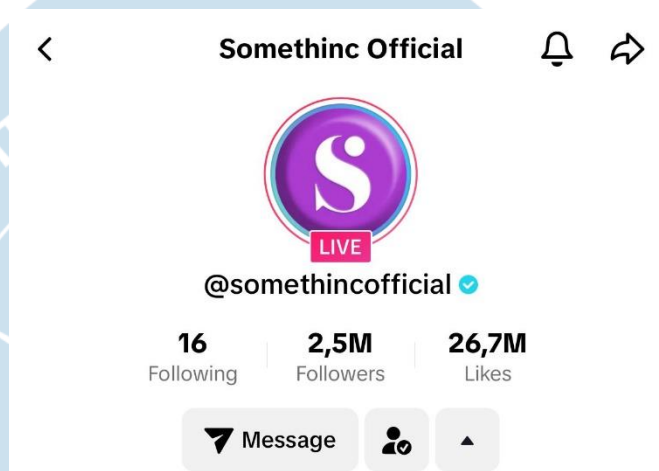
*Brand Somethinc* tentunya terus memutar cara agar produknya dapat terjual laris di pasar. Maka dari itu salah satu cara yang digunakan *Somethinc* ini adalah menggunakan media sosial. Media sosial digunakan sebagai media promosi salah satunya adalah *TikTok*. *Somethinc* melakukan

*live streaming* selama 24 jam setiap harinya. *Host live streaming* yang digunakan secara bergantian atau dengan sistem *shift* kerja.

### C. Akun TikTok @somethincofficial

GAMBAR 2

#### Akun TikTok @somethincofficial

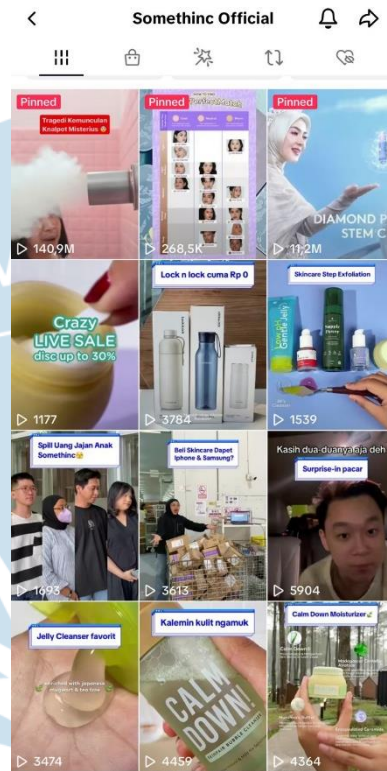


Sumber: Hasil Survey Peneliti, 2023.

Akun *TikTok* @*somethincofficial* memiliki pengikut sebanyak 2,5 juta pengikut per Agustus 2023. Menurut survey iPrice (2022), *Somethinc* menduduki posisi pertama paling populer dengan *hashtag views* sebanyak 57,3 juta kali. Dilansir dari laman akun *TikTok Somethinc* memiliki jumlah *likes* sebanyak 26,7 juta per Agustus 2023. Selain itu akun *TikTok @somethincofficial* juga membuat beberapa konten menarik.

### GAMBAR 3

#### Laman Akun TikTok @somethincofficial



Sumber: Hasil Survey Peneliti, 2023.

Pada laman akun TikTok @somethincofficial ada beberapa konten yang berfungsi sebagai pemasaran produk yang akan mereka jual. Selain itu juga berfungsi sebagai penyebaran informasi jika ada produk baru yang baru saja diproduksi ataupun yang akan *launching*. Selain itu juga @somethincofficial melakukan *live streaming* di akun *TikTok*nya.

## GAMBAR 4

### Live Streaming TikTok @somethincofficial



Sumber: Hasil Survey Peneliti, 2023.

*Somethinc* melakukan *live streaming* selama 24 jam. *Traffic* yang diamati oleh penulis mendapati bahwa pengguna TikTok melihat *live streaming* yang dilakukan oleh @somethincofficial paling banyak terjadi sekitar pukul 13.00-15.00 dan pukul 19.00 ke atas. Sementara yang paling rendah terdapat pada pukul 05.00 hingga pagi hari. Pada *live streaming* penonton bisa memberikan komentar ataupun permintaan dan akan diberikan *feedback* langsung oleh *host live streaming*. *Somethinc* tidak hanya melakukan *live*

*streaming* saja namun juga memproduksi beberapa konten-konten TikTok untuk menarik perhatian calon konsumen. Adapun beberapa konten yang di produksi oleh Somethinc di TikTok berupa video-video pendek. Somethinc juga menggunakan jasa dari *influencer*, artis, dan juga selebgram.

### GAMBAR 5

Konten Akun TikTok @somethinofficial

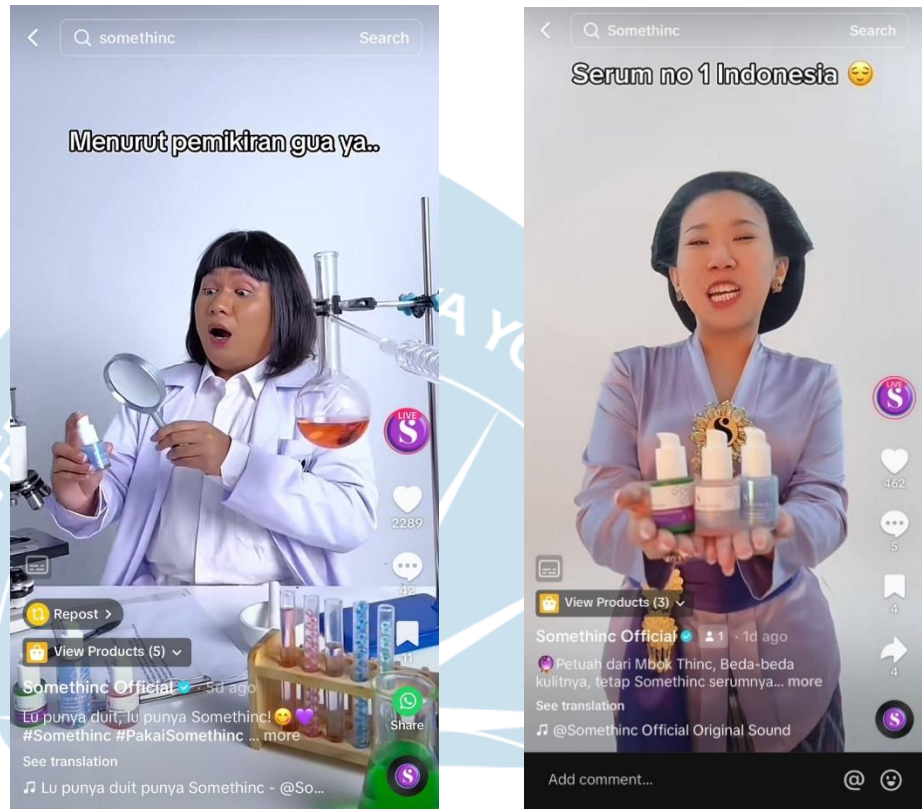


Sumber: Hasil Survey Peneliti, 2023.



## GAMBAR 6

### Konten TikTok yang Menggunakan Artis dan Influencer

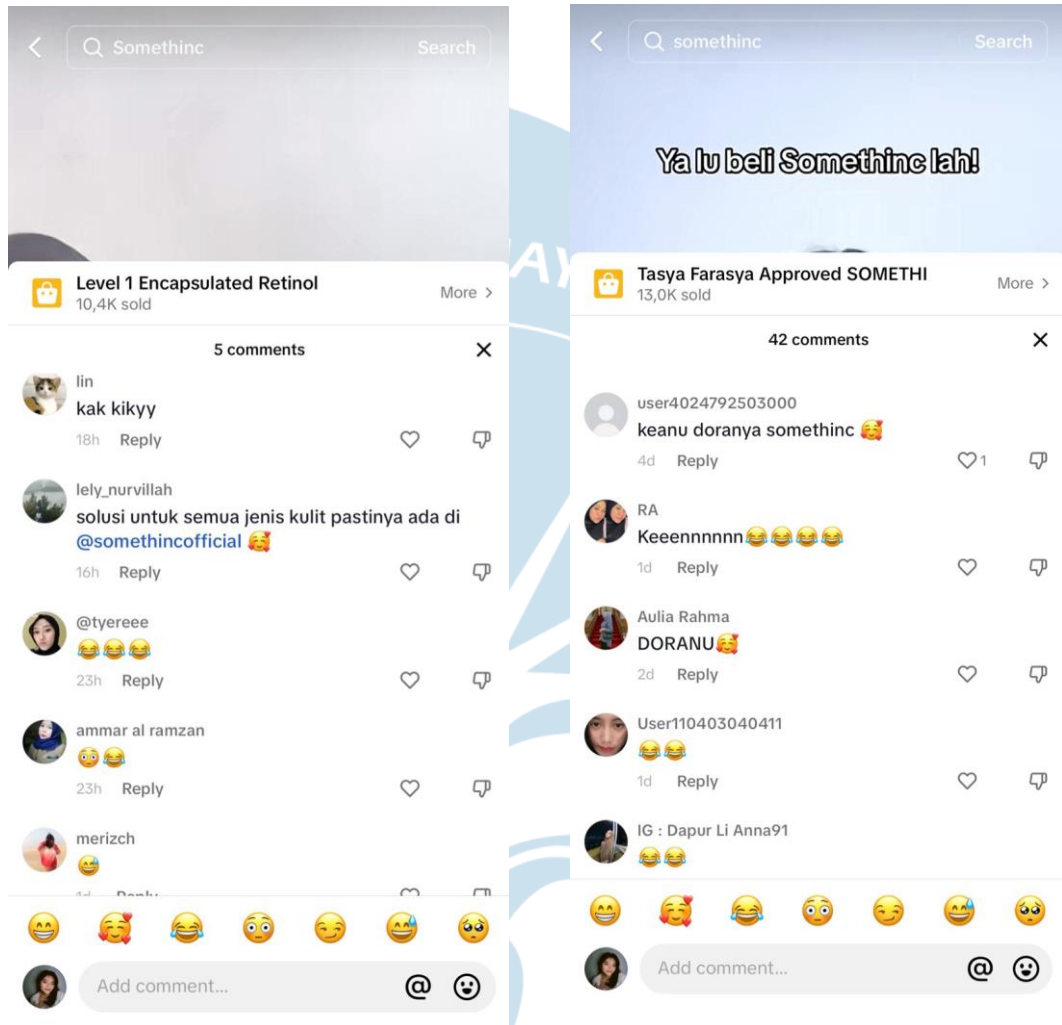


Sumber: Hasil Survey Peneliti, 2023.

Akun TikTok Somethinc juga membuka kolom komentar agar calon konsumen dapat memberikan kritik dan saran. Hal ini digunakan agar Somethinc mengetahui bagaimana perkembangan pasar dan juga melihat apa yang dibutuhkan oleh pasar.

## GAMBAR 7

### Kolom Komentar Akun TikTok @somethincofficial



Sumber: Hasil Survey Peneliti, 2023.