

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

#### A. Tiktok

##### 1. Sejarah Tiktok

Tiktok adalah sebuah aplikasi yang berasal dari negeri China. Aplikasi ini merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh sebuah perusahaan di China yaitu Bytedance. Berawal dari September tahun 2016, perusahaan Bytedance mengeluarkan sebuah produk awal yang disebut Douyin. Douyin adalah sebuah platform yang digunakan untuk menyebarkan berbagai macam video dalam durasi singkat. Kemudian pada tahun 2017 aplikasi tersebut dirubah menjadi Tiktok dan dikembangkan menjadi aplikasi yang dapat digunakan diluar China. Tidak lama berselang pada November 2017, perusahaan Bytedance membeli aplikasi terkenal pada saat itu yaitu Musical.ly. Kedua aplikasi tersebut kemudian digabungkan dan dikembangkan sejak tahun 2018 dan menjadi sangat terkenal hingga saat ini (Bytedance.com, 2022). Tiktok sendiri memiliki misi yaitu untuk memberikan inspirasi pada kreativitas dan memberikan sukacita (Tiktok.com,2022).



**Gambar 1 Logo Tiktok**  
Sumber: Google

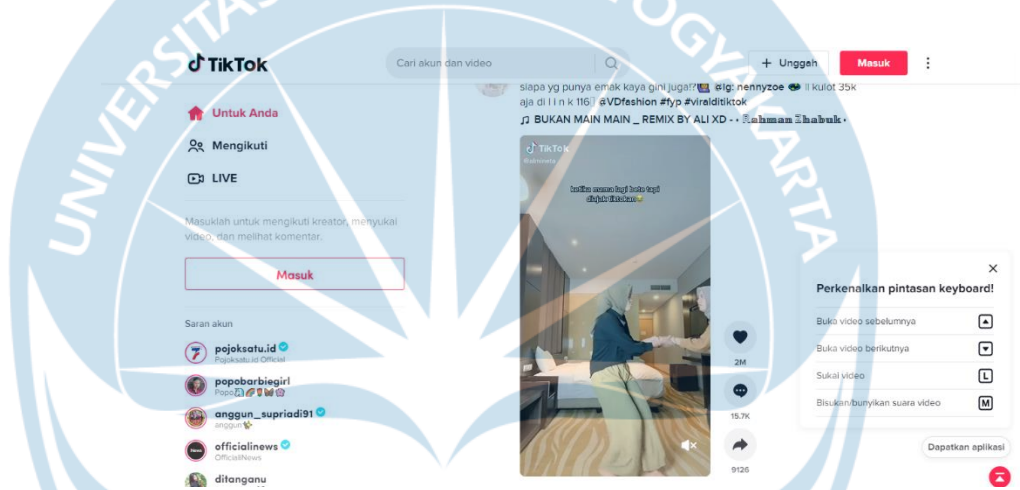
## 2. Fitur Tiktok

Tiktok adalah sebuah aplikasi yang memiliki fitur utama yaitu pembuatan video dengan durasi 15 detik yang sekarang sudah berkembang bahkan lebih dari 3 menit. Tiktok menjadi sebuah aplikasi yang dapat meningkatkan kreativitas dan ekspresi pengguna dalam pembuatan konten terutama video dengan cepat dan mudah. Selain itu, didukung dengan berbagai macam fitur dalam pembuatan hingga output dari konten yang dibuat. Walaupun fokus utama dari Tiktok adalah pembuatan konten tetapi pengguna juga dapat melakukan hal lain seperti mengirim pesan, berteman antar pengguna, mencari video hingga mencari berbagai hiburan tanpa batas.

Beberapa fitur dari Tiktok (Tiktok.com) yaitu:

1. *For you page* adalah tampilan beranda dari Tiktok pengguna yang berisikan berbagai macam video yang sesuai dengan minat pengguna
2. Merekam video dan suara merupakan salah satu fitur utama Tiktok dalam pembuatan konten
3. *Like, comment, share, save*. Beberapa fitur ini digunakan untuk memberikan reaksi terhadap suatu konten atau video di mana pengguna dapat meninggalkan jejak dengan menyukai, berkomentar, menyebarkan video, ataupun menyimpan untuk pribadi.
4. *Duet* adalah fitur yang dapat digunakan untuk berkolaborasi antar pengguna
5. *Stitch* adalah fitur untuk menyambungkan video pengguna satu dengan video baru dari pengguna lain

6. *Filter atau effect* adalah fitur dari Tiktok yang digunakan saat membuat video dengan menampilkan efek yang dapat diaplikasikan langsung pada video
7. *Live* adalah fitur bagi pengguna yang ingin melakukan siaran langsung
8. *Tiktok shop* adalah fitur pengguna untuk dapat melihat produk hingga membeli produk yang dijual oleh beberapa akun pengguna



**Gambar 2 Tampilan Tiktok**

Sumber: Tiktok.com

### 3. Pengguna Media Sosial Tiktok

Tiktok menjadi media sosial yang sangat terkenal dan cukup banyak pengguna terutama di Indonesia. Pengguna Tiktok terbanyak ada diusia 18 tahun ke atas atau dan lebih didominasi oleh perempuan (We Are Social,2022). Para pengguna dapat mengunduh Tiktok di google playstore yang hingga kini sudah mencapai lebih dari 500 juta kali. Pada awalnya Tiktok ditargetkan untuk anak 13 tahun ke atas tetapi kemudian banyak perubahan yang terjadi berkaitan dengan fitur

dan konten di Tiktok. Akhirnya Tiktok mengeluarkan peraturan bahwa pengguna Tiktok dibatasi dari umur 16 tahun ke atas dan harus 18 tahun ke atas untuk bisa menggunakan fitur tertentu seperti *live* (idntimes.com, 2022).

## **B. Avoskin**

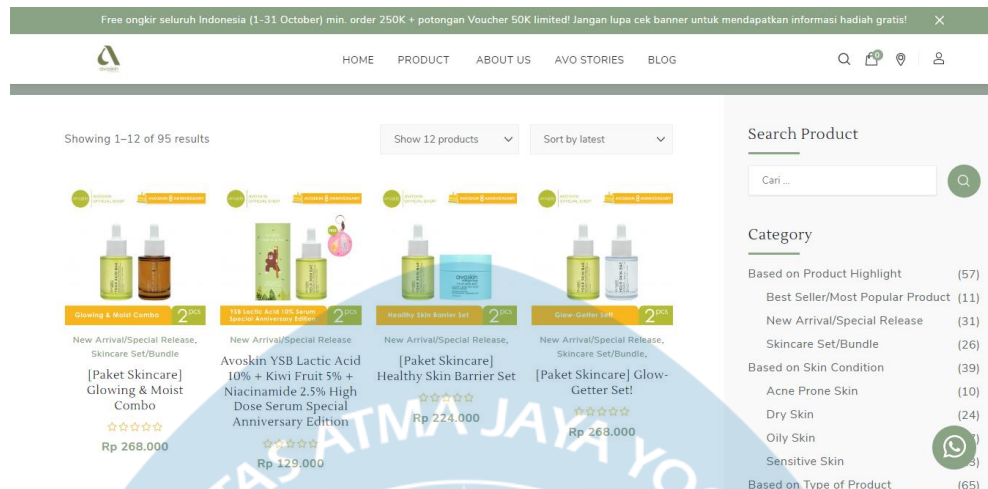
### **1. Sejarah Avoskin**

Avoskin yang merupakan salah satu *brand skincare* lokal yang sudah cukup lama berdiri yaitu pada tahun 2014 dan memiliki beragam produk *skincare*. Selain itu, Avoskin memiliki konsep produk dengan memanfaatkan bahan lokal dan alami dan mengedepankan kepada kepedulian terhadap lingkungan. *Brand* ini memiliki konsep utama yang diusung adalah alami dan natural terutama bagi perempuan dengan menggunakan hastag #PesonaCantikAlami. *Brand* Avoskin berada di bawah PT AVO Inovation Technology (Avoskinbeauty.com, 2022).

Berawal dari banyaknya keresahan yang terjadi dikalangan masyarakat mengenai produk produk *skincare* membuat Anugrah Pakerti atau yang sering dipanggil Aan memiliki ide untuk membangun *brand* yang dapat memberikan solusi atas masalah tersebut. Anugrah Pakerti mengawali nya dari masa kuliah dan berjalan hingga kini di mana Aan menjadi founder sekaligus CEO Avoskin. Semakin banyak trend mengenai kecantikan dan *skincare* juga konsep green beauty yang diusung Avoskin maka hingga kini nama Avoskin masih menjadi salah satu pilihan produk *skincare* terbaik di masyarakat (Avoskinbeauty.com, 2022).

## 2. Produk Avoskin

Avoskin memiliki beberapa jenis produk yang juga memiliki manfaat masing- masing seperti *serum, moisturizer, sheet mask, toner, sunscreen*, dan lain lain. Produk Avoskin juga dapat digunakan berbagai jenis kulit yaitu kulit sensitive, kulit berminyak, kulit kering, kulit berjerawat (Avoskin.com, 2022). Avoskin juga sudah melakukan banyak kolaborasi produk dan kampanye dengan beberapa *brand* lain seperti kolaborasi dengan *brand* BLP yang meluncurkan tinted sunscreen. Sejak tahun 2018 banyak penghargaan yang didapat oleh Avoskin yaitu Female Daily Best Of Beauty Awards 2018 dan tahun 2019. Selain itu juga memenangkan Best Local *Brand Skincare* pada Sociolla Award 2019, Best Toner Sociolla Award 2020, Best Toner Tokopedia Award 2021, dan masih banyak lainnya. Penjualannya pun sudah masuk ke Internasional dan memiliki rating yang terlaris yaitu sebanyak Rp 5,9 Miliar (Kompas, 2021). Menurut survei yang dilakukan Kompas mengenai penjualan pada kategori beauty and care, Avoskin mendapat beberapa peringkat dan masuk dalam top *brand*. Avoskin masuk dalam 10 Top *Brand* pada kategori serum menempati peringkat 6 yaitu 3,79% dan toner menempati peringkat 4 yaitu 7,03% (Kompas, 2022).



**Gambar 3 Produk Avoskin**

Sumber: Avoskinbeauty.com

### 3. Tiktok Avoskin

Avoskin memiliki beberapa media sosial sebagai media interaksi dan promosi produk yaitu *Instagram, Tiktok, Facebook, Twitter*. Terutama pada media sosial Tiktok, Avoskin memiliki akun di media sosial Tiktok dengan *username @Avoskinbeauty*. Akun ini memiliki cukup banyak *followers* atau pengikut yaitu sekitar 400 ribu lebih. Melalui pengamatan yang dilakukan peneliti, pada Tiktok Avoskin sudah sangat banyak konten berupa video yang dibuat bahkan dalam sehari dapat mencapai lebih dari 5 sampai 10 unggahan video perhari. Cukup banyak pengguna yang melihat konten tersebut bahkan *views* nya dapat mencapai lebih dari 1000 *views* hingga 1,2 juta *views*.

Konten yang dibuat di akun Tiktok Avoskin dapat dikategorikan menjadi beberapa pembahasan. Pertama, konten edukasi yaitu misalkan konten yang membahas tentang penggunaan basic *skincare*, informasi kesehatan kulit wajah, cara menghilangkan masalah kulit wajah,.



**Gambar 4 Konten Avoskin**

Sumber: Tiktok Avoskin @Avoskinbeauty

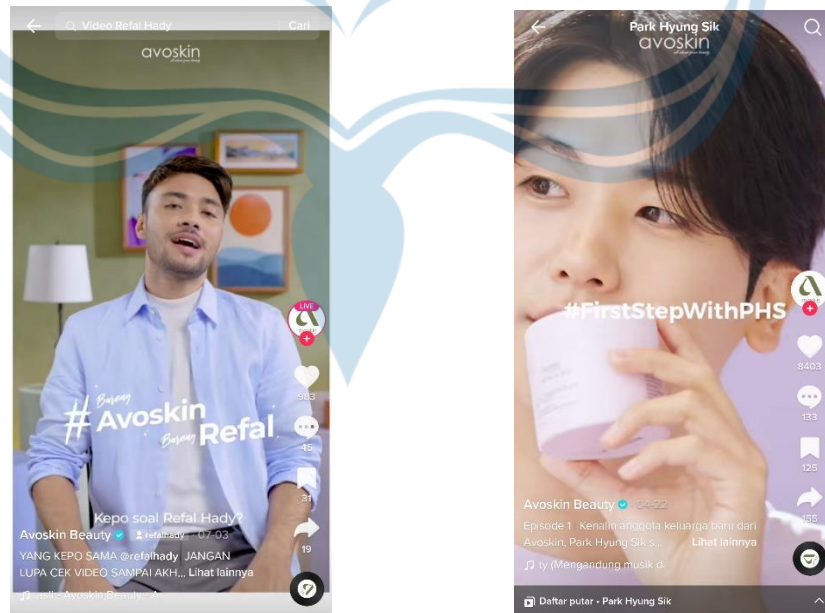
Kedua ada konten mengenai informasi produk Avoskin misalkan produk terbaik Avoskin, tutorial dan tips penggunaan produk, rekomendasi produk, dan masih banyak lagi.



**Gambar 5 Konten Avoskin**

Sumber: Tiktok Avoskin @Avoskinbeauty

Ketiga ada konten mengenai penawaran dan kolaborasi yang dilakukan Avoskin dengan beberapa *brand* atau public figure.

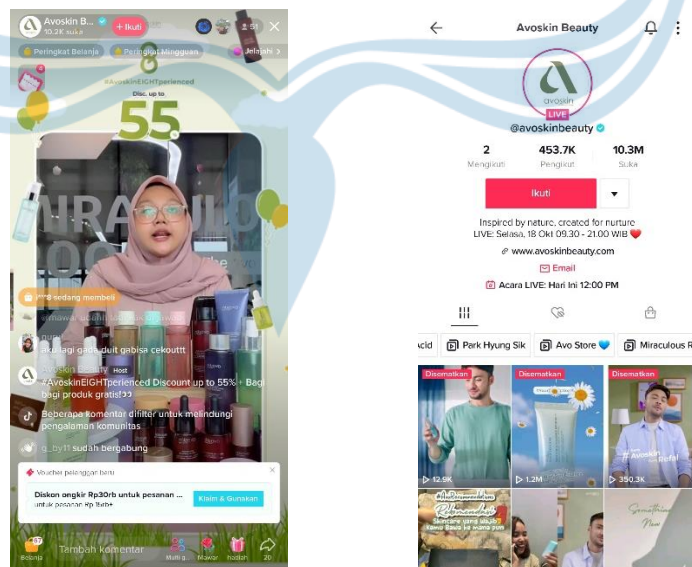


**Gambar 6 Konten Avoskin**

Sumber: Tiktok Avoskin @Avoskinbeauty



Pada akun Tiktok Avoskin terlihat bahwa adanya banyak penggunaan fitur media sosial Tiktok di dalamnya. Diawali dengan kolom informasi atau “bio” yang terdapat dipaling atas yang berisikan beberapa informasi yang dapat memudahkan pengguna lain sekaligus membranding diri seperti slogan Avoskin, jadwal melakukan siaran langsung, link website Avoskin, e-mail Avoskin. Selain itu, penggunaan fitur *live* atau siaran langsung yang rutin diadakan dalam seminggu. Fitur daftar putar yang digunakan untuk mengkategorisasikan konten video yang telah dibuat dan diunggah. Terakhir ada penggunaan salah satu fitur baru yaitu Tiktok Shop atau sering disebut “keranjang kuning” untuk menampilkan produk sekaligus dapat dilakukan pembelian. Konten Avoskin juga memperhatikan keselarasan pada desain video yang dibuat dengan dasar warna hijau sesuai dengan warna dan konsep yang diusung Avoskin.



**Gambar 7 Konten Avoskin**

Sumber: Tiktok Avoskin @Avoskinbeauty