

BAB III

GAMBARAN UMUM APLIKASI TIK TOK

3.1. Sejarah Aplikasi Tik-tok

Tiktok adalah platform jejaring media sosial, yang perkembangannya paling cepat di dunia, *tiktok* merupakan aplikasi yang berasal dari China dengan induk perusahaan bernama ByteDance Inc. Hampir 4 tahun setelah diluncurkan, *tiktok* mengalami ledakan popularitas. Pada akhir 2019, tercatat terdapat 500 juta pengguna aktif diseluruh dunia. Aplikasi ini juga digandrungi oleh beberapa kalangan di Indonesia, termasuk figur publik. Namun, tidak banyak orang yang mengetahui asal mula kehadiran *tiktok* yang telah menjadi candu ini. (wikipedia 24 april 2023 17.02)

Sebetulnya nama awal aplikasi ini bukanlah *tiktok* aplikasi ini juga tidak berada di negara lain kecuali China. Dulunya nama aplikasi ini adalah Douyin, Oleh karena kata Douyin kurang familiar di telinga masyarakat di luar China, maka dari itu namanya diganti menjadi *tiktok*. Agar lebih mudah diingat dan menarik perhatian negara lain. Meskipun sudah mulai diperkenalkan sejak tahun 2016, popularitas *tiktok* baru mulai meledak di tahun 2019. Terlihat jumlah unduhan di Google Playstore telah mencapai 500 juta pengguna aktif di seluruh dunia. (Aprilian et al., 2020).

Dimana pengguna *tiktok* dapat membagikan video pendek dengan durasi 15-60 detik kepada seluruh pengguna. Berawal dari sebuah aplikasi untuk berbagi video, kini *tiktok* juga dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa. Sebelum mengunggah video, pengguna dapat mengedit video menggunakan fitur-fitur yang tersedia, seperti filter, stiker, dan memotong video. Tetapi ternyata, di sinilah sejarah *tiktok* di dunia dimulai. Douyin meraup keuntungan yang cukup besar di China dengan jumlah pengguna mencapai 100 juta orang hanya

dalam waktu setahun. Oleh karena itu, perusahaan ByteDance memiliki ide yang cukup besar, yakni memperkenalkan aplikasi ini kepada dunia.

Aplikasi ini banyak ditentang di berbagai negara, Di indiamisalnya. Pemerintah disana memblokir aplikasi ini karena memanasnya hubungan diplomasi di kedua negara. Akibatnya, perusahaan yang mengeluarkan aplikasi ini merugi dengan angka Triliun miliar, dan bukan hanya di india. Sejarah aplikasi *tiktok* yang mendunia mencatat bahwa aplikasi ini juga di blokir di Amerika serikat. Kabar terbaru mengatakan bahwa mereka akan membuka blokiran aplikasi ini hanya jika *tiktok* mau diakuisisi oleh Microsoft.

Di indonesia sendiri, orang orang banyak yang tidak menyetujui keberadaan akan penggunaan aplikasi *tiktok*, sebenarnya alasannya sederhana. Dahulu yang menggunakan *tiktok* mayoritas adalah pengguna menari dengan merekam video dan dianggap kurang mendidik oleh masyarakat, dan video menari sampai sekarang juga masih banyak dilakukan. Meskipun sekarang sudah banyak pengguna yang membuat video tutorial, video keilmuan, dan berbagai macam video kreatif lainnya dan masyarakat sulit untuk menerimanya, disebabkan stigma *tiktok* di negara indonesia adalah aplikasi untuk anak alay masih melekat (Deriyanto& Qorib, 2019).

Berasal dari aplikasi Douyin yang dibuat untuk konsumsi masyarakat China, kini *tiktok* telah berhasil menginvasi dunia. Di indonesia sendiri popularitas *tiktok* sudah tidak diragukan lagi. Ada banyak video lucu kreatif yang tersebar di *tiktok* dan juga merambah ke isntagram. Meskipun sebab di blokir di indonesia karena di anggap tidak mendidik, kini *tiktok* kembali aktif. Kreator tikok dari indonesia sudah menyajikan beberapa fakta menarik dan ilmu bermamfaat melalui aplikasi tersebut dan hal itu tergantung cara penggunaan dari aplikasi *tiktok* tersebut.

Aplikasi milik Zhang Yiming ini terbilang sukses, suksesnya aplikasi *tiktok* dibuktikan oleh firma intelijen aplikasi sensor tower yang

menjelaskan bahwa jumlah instal *tiktok* lebih tinggi di banding Facebook, Instagram, Snapchat dan Youtube di AS. Empat aplikasi terbesar itu mampu dilampaui 52 *tiktok* dalam unduhan harian pada tanggal 29 september 2018 dimana 29,7% unduhan berdatangan pada aplikasi *tiktok* tersebut. Sampai saat itu, Pangsa pasar aplikasi tersebut terus menunjukkan peningkatan mencapai 42.4% unduhan pada 30 Oktober bulan lalu. Pengunduhan aplikasi *tiktok* di AS juga meningkat 237% dibanding bulan oktober 2017 (Christy:2020, 7)

Tiktok sebagai media untuk mempromosikan produk jualan sangatlah efektif, selain *tiktok* mempunyai ratusan ribu pengguna diseluruh dunia tidak dipungkiri produk akan terkenal oleh semua kalangan, tidak hanya generasi muda yang bermain *tiktok* segala macam jenis usaha telah memanfaatkan aplikasi ini untuk mempromosikan produk mereka dan banyak yang sudah berhasil. Inti dari pengiklanan adalah untuk memasukkan sesuatu dalam pikiran konsumen dan mendorong konsumen untuk bertindak atau adanya kegiatan periklanan sering mengakibatkan terjadinya penjualan dengan segera, meskipun banyak juga penjualan terjadi pada waktu mendatang. Dengan demikian, secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan periklanan adalah untuk meningkatkan penjualan yang menguntungkan (Monica & Syahlani 2017)

Di *tiktok*, banyak para pengguna yang membagikan pengalaman serta opininya mengenai produk fashion yang telah mereka gunakan dari mereka beli dari e commerce *tiktok*. Kegiatan berbagi pengalaman serta komentar negatif maupun negatif yang terdapat dalam komentar tersebut inilah yang disebut electronic word of mouth (e-WOM). Mereka yang terpengaruh oleh eWOM ini kemungkinan dapat tertarik pada produk fashion tersebut dan melakukan pembelian yang tidak direncanakan atau pembelian secara impulsif.

3.2. Profil Aplikasi

Tiktok Hadirnya aplikasi *tiktok* sangat membantu dalam menghibur dan menghilangkan rasa bosan bagi penggunanya. Aplikasi *tiktok* juga dapat memberikan penggunanya untuk dapat menggunakan beragam *specialeffect*, dan juga musik *backround* dari berbagai artis terkenal dengan berbagai kategori dan juga *specialeffects* lainnya yang dapat digunakan secara instan, sehingga dapat membuat video tersebut menarik serta memiliki alunan lagu yang disesuaikan dengan situasi di video tersebut. (Susilowati,2018)

Tiktok bisa dijadikan sebagai sarana edukasi yang mudah dipahami contohnya seperti: seorang Husain Basyaiban yang menyampaikan pemahaman mengenai islam, serta jeremepolin yang memberikan pengetahuan tentang pelajaran umum, ada juga michele Alex yang memberitahu tata cara memasak dan resepnya, dan juga dr. Zie yang menyampaikan tata cara memilih dan menggunakan *skincare* yang tepat sesuai dengan kebutuhan kulit kita.

Selain itu, *tiktok* juga sebagai sarana dan juga membuka peluang bisnis bagi onlineshop untuk mempromosikan produknya. Dari sudut ini, kita dapat menyaksikan bahwa *tiktok* bisa dimanfaatkan dalam segala aspek salah satunya bagi onlineshop yang mempromosikan barangnya melalui akun *tiktok*nya masing-masing dengan mencantumkan akun *shopee* pada bio sehingga memudahkan penonton untuk melakukan transaksi selanjutnya, biasanya para onlineshop mengundang atau meminta *influencer* sebagai media promosi dengan tujuan bisa lebih banyak dilihat dari pengikut *influencer* tersebut dengan menjadikan produk yang dijual semakin terkenal.

Menurut Aji, W N (2018) tak jarang juga pengguna akun *tiktok* dapat meraup untung dari akun yang dibuatnya, semakin bagus kontennya semakin banyak *followers* yang di dapatkan, sehingga banyak mendatangkan tawaran iklan dari perusahaan besar seperti *shopee*,

dengan begitu pengguna *tiktok* bisa mendapatkan keuntungan uang atau benefit dari transaksi jual beli atau pengiklanan tersebut.

Didalam Aplikasi *tiktok* yang paling diminati dan menguntungkan saat ini dengan berjualan secara livestreaming (siaran langsung) barang second branded (Bekas Berkualitas), barang yang masih bagus dan harga yang lebih murah dibandingkan di mall dan toko, jual beli secara livestreaming pada aplikasi *tiktok* ini memudahkan untuk pembeli memesan barang hanya dengan dirumah saja tanpa bertemu antara penjual dan pembeli disuatu tempat tapi hanya menggunakan gadget. Persetujuan atas ketentuan layanan *tiktok*.

Jika pengguna mengakses atau menggunakan layanan atas nama suatu badan atau usaha atau entitas, maka:

a) "Pengguna" dan "Milik pengguna" mencakup pengguna dan badan usaha atau entitas tersebut.

b) Pengguna menyatakan dan menjamin bahwa pengguna adalah wakil yang sah dari badan usaha atau entitas tersebut yang memiliki wewenang untuk mengikat entitas tersebut dengan ketentuan ini, dan bahwa pengguna menyetujui ketentuan ini atas nama entitas tersebut.

c) Badan usaha atau entitas pengguna dari segi hukum dan keuangan bertanggung jawab atas pengaksesan atau pengguna layanan *tiktok* oleh pengguna, dan atas diaksesnya atau digunakannya akun pengguna oleh pihak pihak lain yang berafiliasi dengan entitas pengguna, termasuk karyawan karyawan, agen agen, atau kontraktor kontraktormanapun.

Pengguna dapat menerima ketentuan ini dengan mengakses atau menggunakan layanan *tiktok*. Pengguna memahami dan setuju bahwa *tiktok* akan menganggap pengaksesan atau penggunaan layanan oleh pengguna sebagai penerimaan atas ketentuan ini sejak saat itu sampai seterusnya.

Perubahan perubahan terhadap ketentuan Developer *tiktok* bisa kapan saja merubah layanannya misalnya ketika mereka memperbarui

fungsi layanannya, dan ketika *tiktok* menghubungkan beberapa aplikasi atau layanan layanan yang di operasikan oleh *tiktokk* itu sendiri, atau afiliasiafilasi kami kedalam suatu layanan atau apliaksi gabungan, atau ketika ada perubahan-perubahan pendaftaran. *Tiktok* akan melakukan upaya upaya yang wajar secara komersial untuk menyampaikan pemberitahuan secara umum kepada seluruh pengguna mengenai setiap perubahan perubahan material atas ketentuan ini, antara lain melalui pemberitahuan pada platfromaplikasinya. Jika pengguna tidak menyetujui ketentuan baru tersebut, maka pengguna harus berhenti mengakses atau menggunakan layanan tersebut.

3.3 Cara Mendaftar dan Menggunakan Akun Tik Tok

Untuk mengakses dan menggunakan beberapa layanan *tiktok*, pengguna harus membuat akun terlebih dahulu untuk menggunakan fiturfiturnya secara luas. Dan ketika pengguna membuat akun di *tiktok* pengguna harus memberikan informasi yang akurat dan terbaru. Penting bagi pengguna untuk menjaga kerahasiaan kata sandi akunnya untuk tidak diberitahukannya kepada pihak ketiga manapun. Jika pengguna mengetahui atau menduga pihak ketiga mengetahui kata sandi atau telah mengakses akun pengguna tersebut, maka pengguna harus mengakses link yang telah disediakan oleh pihak depolover tik tok: <https://www.tiktok.com/legal/report/feedback>.

Konten *tiktok* sebagaimana antara pengguna dan *tiktok*, seluruh konten dan perangkat lunak, gambar, teks, karya grafis, ilustrasi, logo, hak paten, merek dagang, merek jasa, hak cipta, foto, audio, video, musik pada “lookandfeel” pada layanan, dan seluruh hak atas kekayaan intelektual yang terkait dengan layanan yang diunggah atau kirimkan melalui layanan. Pengguna konten *tiktok* atau materi materi pada layanan untuk tujuan apapun yang tidak secara tegas diperbolehkan oleh ketentuan ini adalah dilarang keras. Konten tersebut tidak boleh diunduh, disalin, direproduksi, didistribusikan, dikirimkan, disiarkan, ditampilkan, dijual, diberikan

lisensi atau secara lain dieksploitasi untuk tujuan apapun tanpa peretujuan tertulis sebelumnya dari kami atau sebagaimana berlaku, para pembeli lisensi aplikasi. Developer dan para pemberi lisensi kami mencadangkan seluruh hak yang secara tidak tegas diberikan atas dan untuk konten para pengguna tersebut.

Dalam mengedit video, fitur *tiktok* mudah untuk digunakan. Terdapat beberapa fitur seperti: start record, stop record, timer dan lainnya. Tidak hanya itu, *tiktok* juga mempunyai berbagai macam filter, efek, greenscreem, ransisi, stiker, teks, emoji, GIF, dan masih banyak lagi. Para pengguna juga bebas menambah background musik atau voice over untuk video mereka.

