

BAB III

PROFIL APLIKASI *TIKTOK*

3.1. Sejarah Dan Perkembangan *TikTok*

TikTok merupakan *platform* media sosial yang dikembangkan oleh *ByteDance Inc.*, sebuah perusahaan teknologi yang berbasis di Tiongkok, dan secara resmi diluncurkan pada bulan September 2016. Sebelum dikenal luas dengan nama *TikTok*, aplikasi ini awalnya bernama Douyin dan berhasil memperoleh popularitas tinggi di pasar domestik, dengan mencapai 100 juta pengguna dalam kurun waktu satu tahun. Melihat potensi global yang dimiliki, *ByteDance* memutuskan untuk memperkenalkan aplikasi ini ke pasar internasional. Mengingat nama Douyin kurang dikenal di luar Tiongkok, maka dilakukan rebranding menjadi *TikTok*. *TikTok* kemudian mengakuisisi aplikasi Musically pada akhir tahun 2017 guna memperluas jangkauan globalnya (Widya 2023, 6)

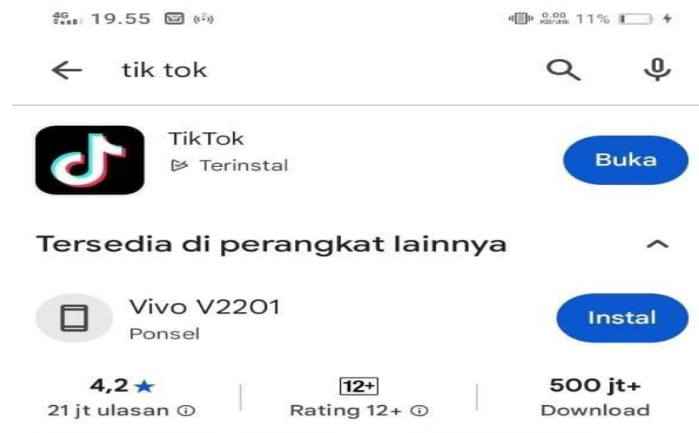
TikTok mulai mendapatkan perhatian publik di Indonesia pada tahun 2018, seiring dengan pengamatan *ByteDance Inc.* terhadap tingginya tingkat kreativitas dan ekspresivitas generasi muda Indonesia. Fenomena ini sejalan dengan kemunculan berbagai profesi digital seperti *YouTuber*, *Instagrammer*, *Vlogger*, dan *Blogger*. Pada awal kemunculannya, Menteri Komunikasi dan Informatika saat itu, Rudiantara, sempat menyuarakan penolakan terhadap kehadiran *TikTok*. Namun demikian, *platform* ini dengan cepat memperoleh popularitas melalui beragam konten kreatif dan edukatif yang dibagikan oleh para penggunanya. Meskipun sempat menimbulkan kontroversi karena dominasi pengguna dari kalangan anak-anak berusia 7 hingga 15 tahun, *TikTok* berhasil menempatkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna terbanyak kedua di dunia setelah Amerika Serikat. Berdasarkan laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* per Januari 2023, jumlah pengguna *TikTok* secara global telah mencapai angka 1,5 miliar (Tempo 2023).

TikTok telah berkembang menjadi salah satu *platform* media sosial yang

paling diminati, khususnya di kalangan generasi muda. Aplikasi ini menawarkan berbagai efek khusus yang inovatif dan menarik, sehingga memudahkan pengguna dalam membuat video pendek yang mampu menarik perhatian khalayak. Bagi sebagian masyarakat, *TikTok* dipandang sebagai media hiburan yang bersifat universal dan dapat diakses oleh semua kalangan tanpa batasan usia. Pada awal peluncurannya, *TikTok* hanya memungkinkan pembuatan video dengan durasi maksimal 15 detik. Namun, seiring kemajuan teknologi, durasi tersebut telah diperpanjang hingga 180 detik. *TikTok* kini dikenal luas sebagai *platform* pembuatan video pendek dengan latar musik yang populer di berbagai kelompok usia, termasuk orang dewasa dan anak-anak di bawah umur (Erdiansyah 2024, 12)

Popularitas aplikasi media sosial *TikTok* di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh firma riset Statista pada Agustus 2024, berjudul "*Countries with the Largest TikTok Audience as of July 2024*", Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah pengguna *TikTok* terbanyak di dunia. Per Juli 2024, jumlah pengguna *TikTok* di Indonesia mencapai 157,6 juta, melampaui Amerika Serikat yang mencatatkan 120,5 juta pengguna. Padahal, pada April 2023, jumlah pengguna *TikTok* di Indonesia masih berada pada angka 113 juta, lebih rendah dibandingkan pengguna di Amerika Serikat yang mencapai 117 juta pada periode yang sama. Data ini menunjukkan bahwa jumlah pengguna *TikTok* di Indonesia mengalami peningkatan konsisten dari tahun ke tahun. Bahkan dalam enam tahun terakhir, pertumbuhannya sangat pesat, yaitu dari 15 juta pengguna pada tahun 2018 menjadi 157,6 juta pengguna pada tahun 2024, atau hampir 15 kali lipat (Kompas 2024).

Gambar 3.1

Aplikasi *TikTok* Di Playstore

Sumber Data : *PlayStore*, 2025

TikTok menyediakan berbagai efek khusus yang unik dan menarik, yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam menghasilkan video pendek yang berkualitas serta mampu menarik perhatian audiens. Meskipun awalnya dikenal sebagai *platform* hiburan, penggunaan *TikTok* kini telah berkembang lebih luas. Banyak konten yang diunggah memiliki tujuan yang beragam, seperti pemasaran individu, promosi usaha, penyampaian informasi dan pengetahuan, serta edukasi. Salah satu bentuk pemanfaatan yang berkembang adalah penyebaran konten dakwah melalui *platform* ini.

Aplikasi *TikTok* memiliki sejumlah kelebihan dan kekurangan yang turut memengaruhi tingkat popularitasnya di berbagai belahan dunia, baik di kalangan pengguna umum maupun para kreator konten. Beberapa keunggulan *TikTok* yang menjadi daya tarik utama bagi penggunanya antara lain adalah sebagai berikut:

1. *TikTok* menerapkan algoritma berbasis kecerdasan buatan yang mampu mempersonalisasi konten sesuai dengan minat dan perilaku pengguna. Fitur *For You Page* (FYP) secara otomatis menampilkan video yang dianggap relevan, sehingga memudahkan pengguna dalam menemukan konten yang sesuai dengan preferensinya tanpa harus melakukan

pencarian secara manual.

2. *TikTok* menyediakan beragam fitur kreatif yang komprehensif, seperti efek visual, filter, musik latar, serta alat penyuntingan video yang terintegrasi, sehingga memudahkan pengguna dalam menghasilkan konten yang menarik tanpa memerlukan aplikasi tambahan. Fitur-fitur interaktif seperti *Duet*, *Stitch*, dan *Green Screen* juga memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi atau merespons konten dari pengguna lain dengan cara yang inovatif.
3. Interaksi yang Tinggi dengan Audiens. Pengguna dapat berkomunikasi langsung melalui live streaming, komentar, duet, atau tantangan hashtag, sehingga membangun komunitas yang aktif.
4. Peluang Monetisasi, Kreator bisa mendapatkan penghasilan melalui berbagai cara, seperti *TikTok Live Gifts*, *TikTok Creator Fund*, sponsorship, dan penjualan produk melalui *TikTok Shop*.
5. Pendorong Tren dan Viralitas Cepat, *TikTok* sering menjadi tempat lahirnya tren baru, mulai dari tantangan, tarian, hingga berbagai tren bisnis yang bisa dengan cepat menyebar ke *platform* lain.
6. Mendukung Berbagai Jenis Konten. Tidak hanya untuk hiburan, *TikTok* juga menjadi sarana edukasi, pemasaran bisnis, hingga kampanye sosial yang bisa menjangkau audiens luas (Erdiansyah 2024, 10).

Walaupun *TikTok* menawarkan berbagai keunggulan, terdapat pula sejumlah kelemahan yang patut diperhatikan, khususnya terkait potensi penggunaan yang berlebihan serta dampak negatif yang dapat ditimbulkan. Adapun beberapa kelemahan dalam penggunaan aplikasi *TikTok* antara lain adalah sebagai berikut:

1. Kecanduan dan pemborosan waktu menjadi salah satu kelemahan yang muncul akibat penggunaan *TikTok*. Algoritma yang sangat personalisasi membuat pengguna terus-menerus terlibat dalam menonton video, sering kali tanpa menyadari bahwa mereka telah menghabiskan waktu yang cukup banyak.
2. Konten yang tidak selalu berkualitas atau edukatif. Banyak konten di *TikTok* bersifat hiburan semata dan kurang memberikan manfaat edukatif. Beberapa video mengandung informasi yang tidak akurat atau hoaks, sehingga perlu kehati-hatian dalam menyaring informasi.
3. Keamanan data dan privasi, *TikTok* sering dikritik terkait kebijakan privasi dan pengelolaan data pengguna. Ada risiko data pribadi digunakan untuk kepentingan tertentu tanpa disadari pengguna.
4. Tantangan berbahaya dan konten tidak pantas. Beberapa tantangan atau tren di *TikTok* dapat berisiko bagi kesehatan dan keselamatan, terutama bagi anak-anak dan remaja. Konten yang kurang pantas juga bisa muncul meskipun ada sistem moderasi, terutama jika tidak ada

pengawasan dari orang tua.

5. Kurangnya penghargaan bagi kreator kecil. Tidak semua kreator bisa mendapatkan penghasilan dari *TikTok* karena sistem monetisasi lebih menguntungkan akun dengan jutaan pengikut. Kreator kecil sering kesulitan bersaing untuk mendapatkan eksposur yang lebih luas (Erdiansyah 2024).

3.2. Fitur Layanan Aplikasi *TikTok*

Aplikasi *TikTok* dilengkapi dengan berbagai fitur yang dirancang untuk menarik minat pengguna serta memudahkan mereka dalam menciptakan video yang menarik. Beberapa fitur yang tersedia dalam aplikasi antara lain adalah sebagai berikut:

1. Fitur Musik

Fitur musik pada aplikasi *TikTok* merupakan salah satu elemen utama yang mendukung kreativitas dan interaksi sosial di *platform* tersebut. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menambahkan lagu, audio atau efek suara ke dalam video pendek mereka, sehingga menciptakan konten yang lebih menarik, dinamis dan sesuai dengan trend global. Fitur musik ini tidak hanya menjadi fitur tambahan, tetapi juga dapat memengaruhi bagaimana konten dikonsumsi, diproduksi dan didistribusikan. Fitur mencakup berbagai elemen, seperti perpustakaan musik yang luas, kemampuan sinkronisasi audio dengan video, serta fleksibilitas dalam kustomisasi suara. Perpustakaan musik ini berisi ribuan lagu dari berbagai genre, termasuk lagu populer, klasik, hingga konten audio yang diciptakan pengguna (Erdiansyah 2024, 13).

2. Fitur Penyuntingan Video

TikTok menyediakan fitur pengeditan video yang berkelanjutan, yang memungkinkan pengguna untuk membuat video sesuai dengan preferensi mereka. Fitur ini mencakup fungsi dasar seperti pemotongan, pembalikan, dan penyesuaian kecepatan pemutaran video. Selain itu, pengguna dapat menambahkan teks, stiker, dan emoji ke dalam video yang dibuat, memberikan elemen tambahan yang dapat memperkaya pengalaman penonton. Salah satu keunggulan khas *TikTok* adalah kemudahan dalam

menambahkan lagu dari perpustakaan musik yang tersedia, yang menjadi daya tarik utama bagi pengguna (Erdiansyah 2024, 14).

3. Fitur Filter dan Efek Video

Filter dan efek video pada *TikTok* merupakan fitur digital yang dirancang untuk memodifikasi tampilan video di *platform* ini. Melalui penggunaan filter dan efek, pengguna dapat meningkatkan daya tarik visual dari konten yang mereka buat. Filter adalah preset yang mengubah tampilan video dengan menyesuaikan elemen seperti warna, pencahayaan, atau menambahkan elemen dinamis lainnya. Pengguna dapat menggunakan filter untuk melakukan perubahan yang lebih halus, seperti meningkatkan kecerahan, menciptakan kesan hangat, atau memberikan efek hitam putih.

Sementara itu, efek bersifat lebih interaktif dan dinamis, sering kali memanfaatkan teknologi augmented reality (AR) untuk menambahkan objek digital ke dalam video. Efek ini dapat digunakan untuk mengubah tampilan wajah dan tubuh, serta menambahkan efek sinematik khusus seperti kilauan atau ledakan (Erdiansyah 2024).

4. Fitur Voice

Voice over dalam aplikasi *TikTok* adalah suara yang dapat ditambahkan ke video, baik berupa rekaman langsung maupun rekaman awal, dengan berbagai opsi penyuntingan seperti filter dan efek suara. Teknik *voice over* melibatkan penggunaan suara yang direkam dan disisipkan pada media visual atau audio, seperti film, video, atau presentasi. Suara ini umumnya digunakan untuk memberikan narasi, menjelaskan adegan, atau menyampaikan pesan tertentu. Pihak yang melakukan *voice over* disebut sebagai *voice over artist* atau narator, yang bertugas menyampaikan pesan dengan intonasi dan narasi yang sesuai. Biasanya, *voice over* tidak melibatkan visual dari pembicara, melainkan suara tersebut berfungsi sebagai latar belakang yang memperkuat cerita atau informasi yang disampaikan (Erdiansyah 2024, 16).

Selain fitur-fitur kreatif yang telah disebutkan sebelumnya, *TikTok* juga menawarkan berbagai fungsi tambahan yang mendukung pengalaman pengguna secara lebih luas. Salah satunya adalah fitur monetisasi yang memungkinkan para kreator konten untuk menghasilkan pendapatan dari video yang mereka buat. Fitur ini semakin memperkaya *platform TikTok*, menjadikannya tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat bagi para pengguna untuk meraih keuntungan finansial. Fitur tersebut antara lain

1. Fitur Hadiah

Fitur Hadiah di *TikTok* merupakan salah satu mekanisme monetisasi yang memungkinkan kreator konten untuk memperoleh dukungan finansial langsung dari penonton melalui hadiah virtual selama siaran langsung (Robiansyah et al. 2025, 23). Hadiah ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk apresiasi, tetapi juga sebagai sumber pendapatan tambahan bagi kreator. Fitur Hadiah memungkinkan penonton untuk mengirimkan hadiah virtual berupa ikon-ikon unik kepada kreator selama sesi berlangsung. Hadiah-hadiah ini dibeli menggunakan *TikTok Coins*, yang dapat diperoleh melalui pembelian dalam aplikasi. Setelah diterima, hadiah tersebut dikonversi menjadi berlian (*Diamonds*), yang kemudian dapat ditukarkan menjadi uang tunai melalui metode pembayaran yang tersedia, seperti transfer bank (Tiktok.com, 2025).

Gambar 3.2 Fitur Hadiah



Sumber : *TikTok*. 2025

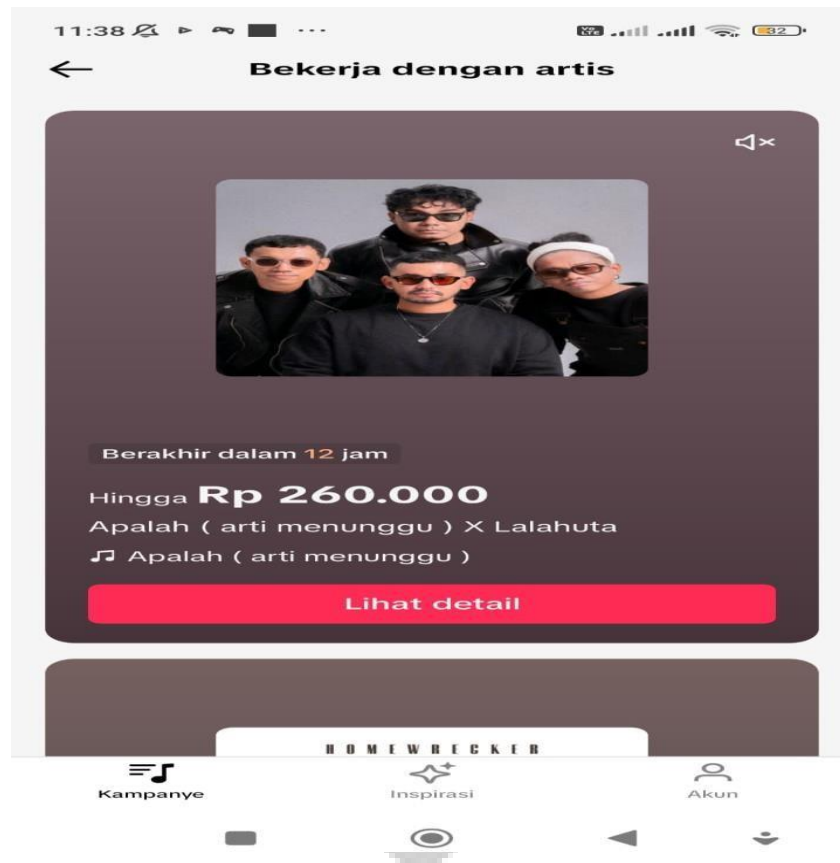
Gambar di atas merupakan salah satu fitur monetisasi *TikTok* dimana penonton *live TikTok* dapat diberikan kesempatan untuk dapat memberikan hadiah kepada penyelenggara *live* dengan berbagai macam hadiah yang dapat diberikan. Biasanya *diamond* yang digunakan sebagai alat tukar atau hadiah yang diberikan dalam *live* memiliki harga yang berbeda beda jika dikonversikan kedalam rupiah.

2. Fitur Bekerja Sama Dengan Artis

Fitur kolaborasi dengan artis di *TikTok* memberikan peluang bagi kreator konten untuk menjalin kerja sama dengan selebriti atau *influencer* terkenal. Kolaborasi semacam ini bertujuan untuk memperluas jangkauan audiens, meningkatkan visibilitas konten, serta memberikan nilai tambah dalam hal interaksi dan keterlibatan dengan pengikut. Bentuk kerja sama tersebut dapat meliputi tantangan viral, duet, maupun promosi produk atau acara tertentu melalui video (Tiktok.com. 2025).

Kolaborasi dengan artis sering memanfaatkan fitur seperti Duet dan *Stitch*, yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan konten yang diproduksi oleh artis atau selebriti. Melalui cara ini, tidak hanya kreator biasa yang memperoleh perhatian lebih, tetapi juga artis dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform *TikTok*. Selain itu, kolaborasi ini sering kali melibatkan sponsor atau pihak ketiga yang mendukung proses monetisasi konten, sehingga memberikan manfaat bagi kedua pihak yang terlibat dalam kerja sama tersebut.

Gambar 3.3
Fitur Bekerja Sama dengan Artis



Sumber : *TikTok*, 2025

Gambar di atas merupakan fitur kolaborasi dengan artis atau *influencer*. Fitur ini hadir untuk membantu para konten *kreator* untuk meningkatkan jangkauan yang lebih luas sehingga mempercepat akun si pengguna menjadi akun yang besar dan memungkinkan mempromosikan sesuatu yang bisa di wujudkan dalam bentuk kerja sama

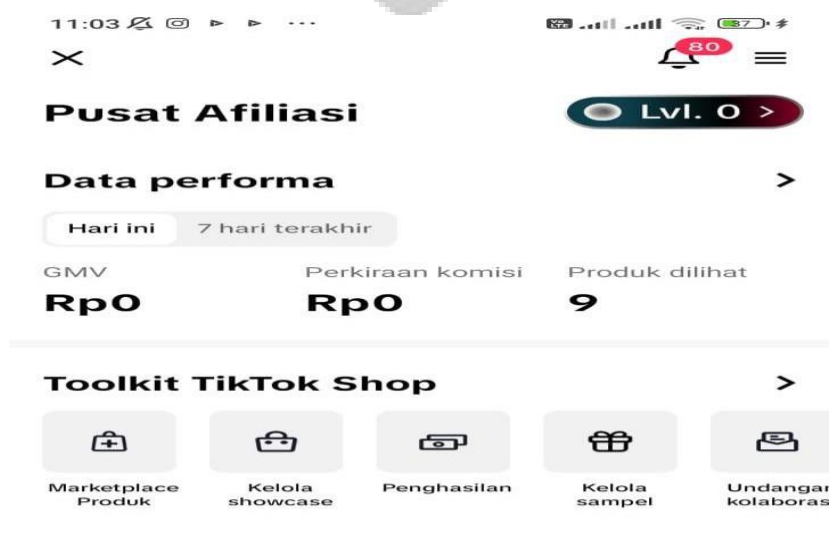
3. *TikTok Shop For Creator*

TikTok Shop for Creators merupakan fitur yang memungkinkan para kreator konten untuk memanfaatkan *platform TikTok* sebagai saluran untuk memasarkan dan menjual produk secara langsung melalui video yang mereka buat. Fitur ini memberikan kesempatan kepada kreator untuk

mengintegrasikan elemen *e-commerce* dalam konten mereka, sehingga audiens dapat membeli produk yang dipromosikan tanpa harus meninggalkan aplikasi. *TikTok Shop for Creators* menawarkan peluang monetisasi baru bagi kreator melalui pemasaran produk serta pemasaran afiliasi. Melalui fitur ini, kreator dapat menambahkan tautan produk langsung dalam video yang diunggah, yang memungkinkan penonton untuk melakukan pembelian dengan mudah dalam satu langkah. Selain itu, *TikTok* juga menawarkan program afiliasi yang memungkinkan kreator untuk memperoleh komisi dari penjualan yang terjadi melalui link produk yang mereka bagikan (Tiktok.com, 2025).

Keberadaan fitur ini semakin populer karena memberikan integrasi yang lancar antara hiburan dan perdagangan, memungkinkan pengguna *TikTok* untuk berbelanja sambil menikmati konten. Oleh karena itu, *TikTok Shop for Creators* tidak hanya berfungsi sebagai media pemasaran bagi merek, tetapi juga sebagai sarana bagi kreator untuk menghasilkan pendapatan tambahan melalui promosi produk.

Gambar 3.4
Fitur *TikTok Shop For Creator*



Sumber *TikTok*, 2025

Gambar di atas merupakan fitur yang disediakan oleh *TikTok* untuk memungkinkan kreator memproduksi sesuatu yang bernilai jual dan mempromosikan langsung melalui video yang mereka buat. Fitur ini menawarkan 2 keuntungan kepada pengguna yaitu jualan mereka dapat dipromosikan dan mereka juga dapat menikmati kreatifitas konten yang dibuat oleh pengguna.

4. Fitur *Reward Live*

Fitur Hadiah Live di *TikTok* merupakan salah satu mekanisme monetisasi yang memungkinkan kreator konten memperoleh penghasilan secara langsung dari audiens mereka selama siaran langsung (*live stream*). Melalui fitur ini, penonton dapat memberikan hadiah virtual berupa koin yang kemudian akan dikonversi menjadi berlian (*Diamonds*), yang selanjutnya dapat ditukarkan dengan uang tunai. Sistem ini tidak hanya meningkatkan interaksi antara kreator dan audiens, tetapi juga memberikan insentif finansial bagi kreator untuk terus menghasilkan konten berkualitas (Widayanti 2016, 12).

Untuk mengakses fitur Hadiah *Live*, kreator harus memenuhi sejumlah persyaratan, di antaranya adalah berusia minimal 18 tahun, memiliki akun pribadi (bukan akun bisnis), memiliki minimal 1.000 pengikut, serta aktif di *TikTok* selama minimal 30 hari. Kreator juga diwajibkan untuk mematuhi Pedoman Komunitas dan Ketentuan Layanan *TikTok*. Setelah memenuhi kriteria tersebut, kreator dapat mengaktifkan fitur ini melalui pengaturan akun mereka. Selama siaran langsung, penonton dapat memilih berbagai jenis hadiah virtual yang tersedia, seperti "*Rose*", "*Lion*", hingga "*TikTok Universe*", dengan harga yang bervariasi. Setiap hadiah yang diberikan akan tercatat secara *real-time* di layar siaran dan dihitung sebagai berlian. Setelah sesi siaran berakhir, kreator dapat melihat total berlian yang terkumpul dan menukarkannya dengan uang tunai melalui dompet *TikTok* mereka.



Sumber : TikTok,2025

Gambar di atas merupakan salah satu sarana monetisasi yang dirancang untuk mendukung kreator konten dalam memperoleh pendapatan langsung dari audiens selama sesi siaran langsung, dengan mekanisme pemberian hadiah virtual yang dikonversi menjadi berlian dan dapat diuangkan. Sistem ini tidak hanya mempererat hubungan interaktif antara kreator dan penonton, tetapi juga memotivasi kreator untuk terus menyajikan konten yang kreatif dan menarik. Namun, untuk dapat mengakses fitur ini, *TikTok* menetapkan sejumlah persyaratan tertentu, seperti usia minimal 18 tahun, jumlah pengikut minimal 1.000, dan aktivitas akun yang konsisten.

5. Fitur Langganan

Fitur langganan di *TikTok* memungkinkan pembuat konten untuk menerima dukungan bulanan dari pengikut mereka melalui keuntungan

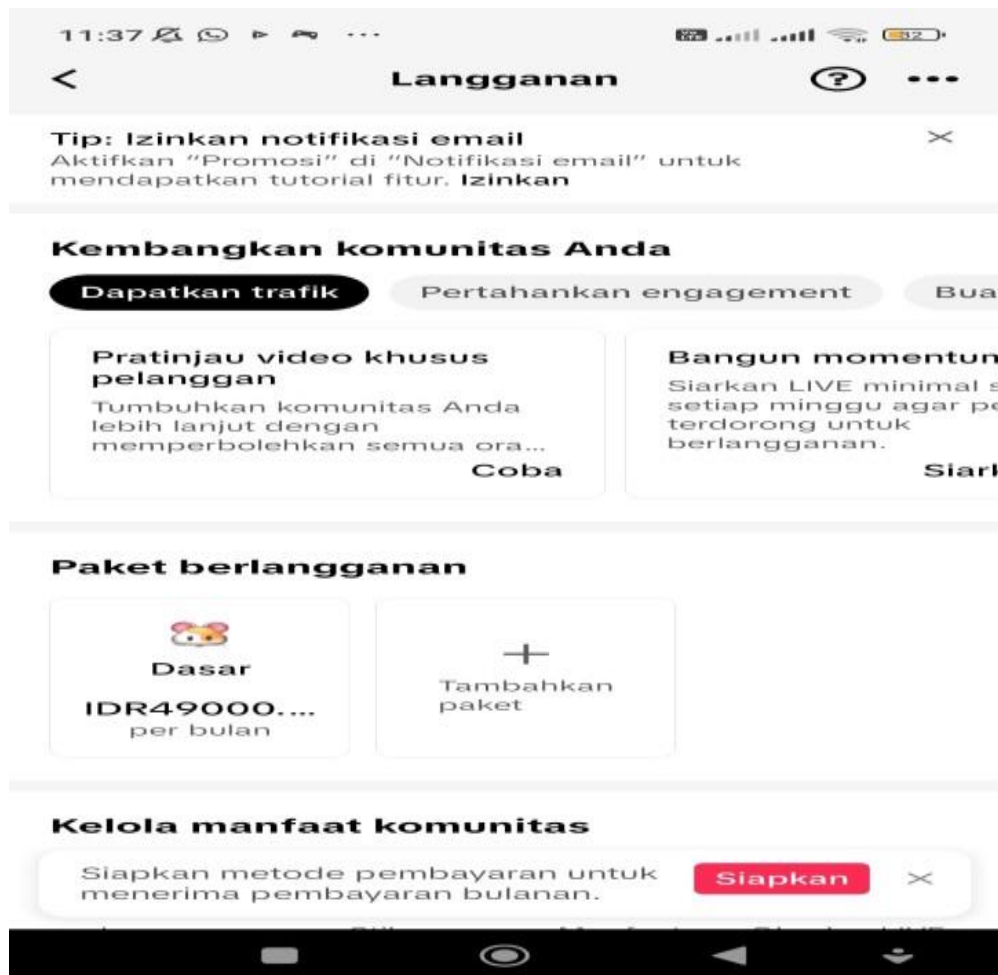
khusus, seperti akses ke konten eksklusif, video khusus, dan interaksi di ruang *Live*. Fitur berlangganan ini, memungkinkan pengguna dapat memberikan dukungan langsung kepada kreator favorit mereka dan mendapatkan akses ke manfaat eksklusif.

Fitur Langganan pada *platform TikTok* memberikan manfaat baik bagi kreator maupun pengguna. Bagi kreator, fitur ini menjadi sumber pendapatan tambahan melalui dukungan berlangganan bulanan dari pengikut, serta memperkuat relasi dengan komunitas yang dibangun melalui interaksi yang lebih intens dan personal. Kreator juga dapat menyediakan konten eksklusif yang hanya dapat diakses oleh pelanggan, sehingga menciptakan ruang keterikatan yang lebih erat antara kreator dan penggemar.

Sementara itu, pengguna yang berlangganan memperoleh berbagai keuntungan, seperti akses ke konten khusus, manfaat tambahan, serta kesempatan menunjukkan dukungan langsung terhadap kreator favorit mereka. Pengalaman yang diperoleh pengguna menjadi lebih intim dan personal karena adanya interaksi yang lebih dekat.

Untuk mengakses fitur Langganan, kreator diwajibkan memenuhi sejumlah persyaratan, antara lain berusia minimal delapan belas tahun, memiliki reputasi akun yang baik, serta memiliki sedikitnya sepuluh ribu pengikut dan seratus ribu tayangan video dalam satu bulan kalender terakhir atau memenuhi syarat kelayakan siaran langsung tertentu sebagaimana ditetapkan oleh *platform*

Gambar 3.6
Fitur Langganan



Sumber, *TikTok*, 2025

Gambar di atas merupakan salah satu bentuk monetisasi yang memberikan kesempatan bagi kreator untuk memperoleh pendapatan secara berkelanjutan melalui dukungan bulanan dari pengikut. Sistem ini memungkinkan kreator menyediakan akses terhadap berbagai konten eksklusif, video terbatas, serta interaksi langsung dalam ruang siaran langsung yang hanya dapat dinikmati oleh pengguna yang berlangganan.

Tampilan visual dari fitur ini ditandai dengan ikon langganan pada profil

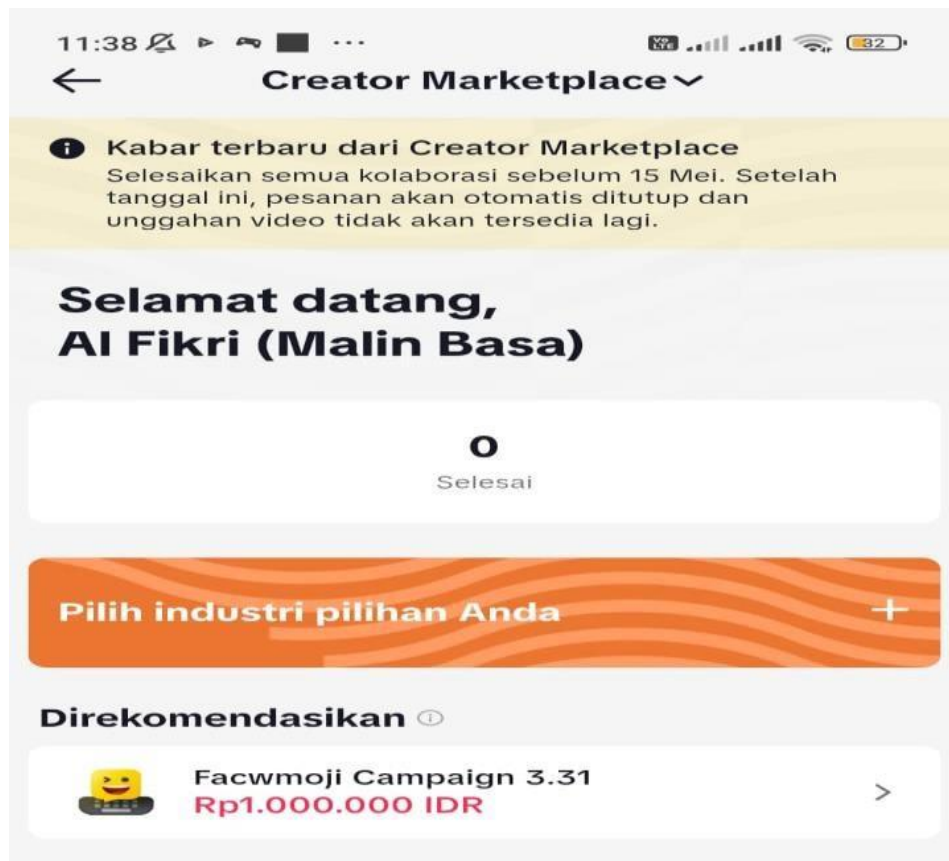
kreator, badge keanggotaan di ruang *live*, serta penanda khusus pada komentar atau interaksi pelanggan, yang secara keseluruhan menunjukkan status eksklusif pengguna dalam mendukung kreator favorit.

6. Fitur *Creator Market Place*

Fitur *Creator Marketplace* adalah sebuah *platform* yang memfasilitasi kolaborasi antara kreator konten dengan merek atau *brand*. Fitur ini bertujuan untuk memudahkan kreator menemukan peluang kolaborasi dan merek menemukan kreator yang tepat untuk kampanye mereka. *Platform* ini menyediakan fitur-fitur seperti profil kreator yang lengkap, pencarian kreator berdasarkan kriteria tertentu, dan kemudahan untuk mengelola kolaborasi.

Untuk memastikan kelayakan bergabung dalam *TikTok Creator Marketplace*, pengguna dapat melakukan verifikasi melalui fitur yang tersedia dalam aplikasi *TikTok*. Sejumlah persyaratan telah ditetapkan bagi kreator yang ingin tergabung dalam program ini. Pertama, akun *TikTok* yang digunakan harus memiliki reputasi baik, yang ditunjukkan dengan tidak adanya riwayat pelanggaran berulang terhadap panduan komunitas maupun Ketentuan Layanan, serta tidak terlibat dalam tindakan yang mengandung unsur kejahatan atau penipuan. Kedua, kreator wajib berusia minimal 18 tahun, kecuali di Korea Selatan yang menetapkan batas usia minimal 19 tahun. Ketiga, kreator harus memiliki sedikitnya 10.000 pengikut, atau 50.000 pengikut untuk wilayah Korea Selatan. Selain itu, dalam kurun waktu 30 hari terakhir, akun tersebut harus mencatatkan paling tidak 1.000 penayangan dan telah menerbitkan minimal tiga unggahan. Ketentuan ini mencerminkan standar kelayakan yang diterapkan oleh *TikTok* guna memastikan bahwa kreator yang bergabung memiliki tingkat aktivitas dan kredibilitas yang memadai di *platform* (Tiktok.com,2025).

Gambar 3.7.
Fitur *Creator Market Place*



Sumber, *TikTok* 2025

Gambar di atas adalah fitur yang dirancang untuk memfasilitasi kerja sama antara kreator konten dengan pihak merek atau *brand* dalam menjalankan kampanye promosi. Platform ini memberikan ruang bagi kreator untuk menampilkan profil secara lengkap, termasuk statistik performa konten dan audiens, sehingga memudahkan merek dalam menilai kesesuaian calon mitra kolaborasi.

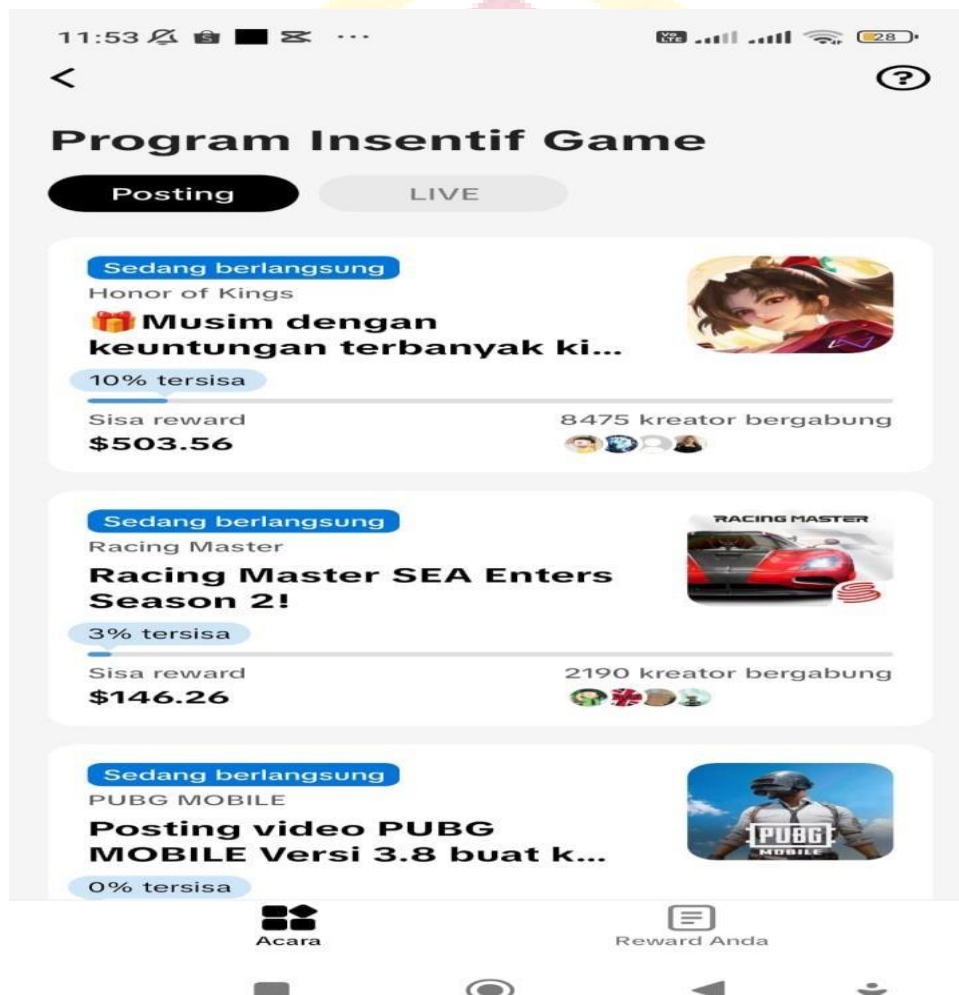
7. Fitur Insentif Game

Fitur Insentif Game di *TikTok* adalah program yang memungkinkan pengguna, terutama kreator, untuk mendapatkan hadiah dan keuntungan dari

konten game yang mereka bagikan di platform tersebut. Program ini mendorong kreator untuk membuat dan berbagi video game yang berkualitas dan menarik, sehingga dapat menarik lebih banyak penonton dan terlibat dengan komunitas gamer di *TikTok* (Tiktok.com, 2025)

Insentif game adalah hadiah dan motivasi yang diintegrasikan secara strategis ke dalam video game untuk melibatkan pemain, merangsang partisipasi, dan meningkatkan pengalaman bermain game secara keseluruhan.

Gambar 3.8
Fitur Insentif Game



Sumber, *TikTok* 2025

Gambar di atas adalah fitur yang dirancang oleh *tiktok* dengan mengintegrasikan game yang dimainkan untuk dapat dijadikan sebagai

sebuah penghasilan. Video game yang mereka rekam dan mereka bagikan ke *platform* akan dihadiahi oleh *TikTok* dengan koin yang dapat dikonversikan menjadi rupiah.

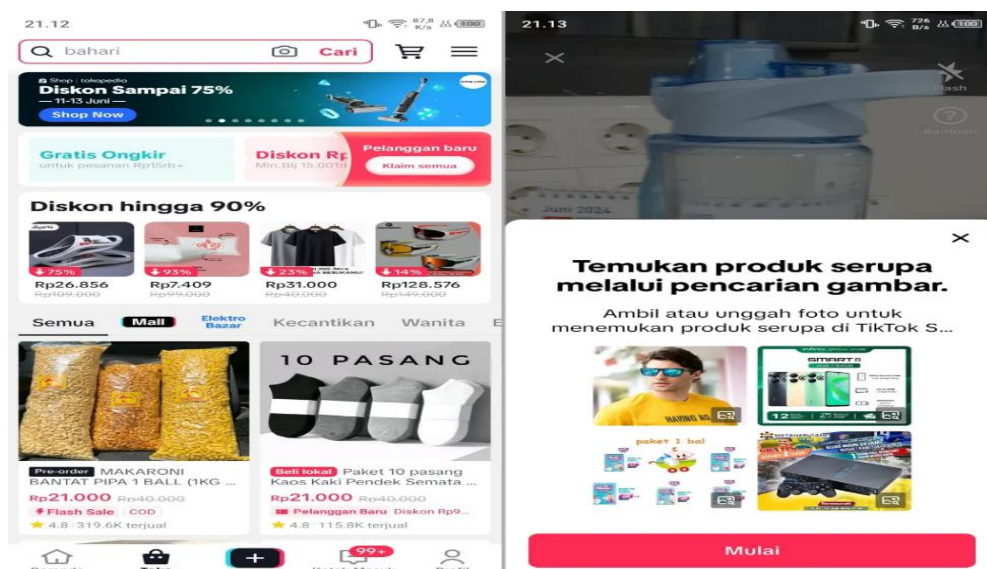
8. Fitur *TikTok Shop*

TikTok Shop adalah fitur yang memungkinkan pengguna dan bisnis untuk membeli dan menjual produk secara langsung di *platform TikTok*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbelanja langsung melalui video, *live streaming*, dan *showcase*.

Fitur-fitur utama *TikTok Shop*:

1. *live Shopping*: Memungkinkan penjual untuk menjual produk secara langsung melalui *live streaming*, berinteraksi dengan pembeli, dan memberikan demo produk.
2. *Product Showcase*: Fitur yang memungkinkan penjual untuk menampilkan produk-produk unggulan di profil mereka.
3. *Product Links in Videos*: Penjual dapat menambahkan link produk langsung di video yang mereka unggah.
4. *Showcase*: Fitur yang menampilkan produk dari penjual atau kreator dengan ikon keranjang kuning di halaman profil.
5. *TikTok Ads*: Penjual dapat menggunakan iklan *TikTok* untuk meningkatkan visibilitas produk mereka.
7. *Shopping Cart Integration*: Memudahkan pembeli untuk menambahkan beberapa produk ke keranjang belanja sekaligus.
8. *Discount and Promotion Tools*: Penjual dapat mengatur diskon dan promosi sesuai kebutuhan.
9. *Analytics and Insights*: Fitur analitik untuk melacak kinerja penjualan.
10. *Influencer Collaboration*: Penjual dapat bekerja sama dengan influencer untuk mempromosikan produk.
11. *Product Reviews*: Pembeli dapat memberikan ulasan setelah membeli produk.
12. *Shipping and Logistics Support*: *TikTok Shop* juga menyediakan solusi pengiriman.
13. *Catalog Listing Ads*: Jenis iklan yang memungkinkan penjual menampilkan beberapa produk sekaligus.
14. *Dynamic Showcase Ads (DSA)*: Iklan yang mempromosikan ribuan bahkan jutaan produk melalui konten video yang dipersonalisasi.
15. *Keranjang Belanja*: Memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan transaksi belanja (Tiktok.com, 2025).

Gambar 3.9
Fitur *TikTok Shop*



Sumber *TikTok*, 2025

Gambar di atas adalah *platform TikTok* yang memungkinkan pengguna untuk membeli atau menjual langsung produknya melalui *platform ini*.

3.3. *Tik-Tok Creator Fund*

TikTok Creator Fund merupakan sebuah inisiatif yang diperkenalkan oleh *TikTok* pada Juli 2020 dengan tujuan memberikan penghargaan secara finansial kepada para kreator konten atas partisipasi mereka dalam menghasilkan video yang menarik dan kreatif di *platform* tersebut. Program ini ditujukan untuk mendorong produktivitas serta inovasi di kalangan kreator agar terus menciptakan konten yang mampu meningkatkan interaksi pengguna (Herlianti 2024, 7).

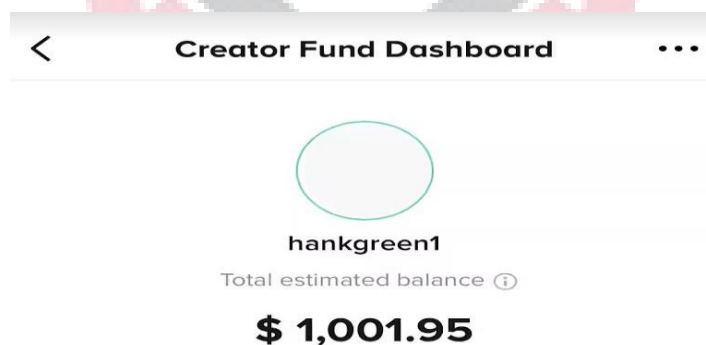
Agar dapat mengikuti program ini, kreator harus memenuhi sejumlah kriteria, antara lain berusia minimal 18 tahun, memiliki paling sedikit 10.000 pengikut, memperoleh setidaknya 100.000 tayangan dalam 30 hari terakhir, serta mengunggah konten orisinal yang sesuai dengan pedoman komunitas *TikTok*. Sistem pembayaran dalam *TikTok Creator Fund*

didasarkan pada beberapa indikator, seperti jumlah tayangan, tingkat keterlibatan pengguna (likes, komentar, dan shares), serta kesesuaian dengan kebijakan *TikTok*. Namun demikian, formula perhitungan pembayaran tidak dijelaskan secara transparan, sehingga nominal yang diterima kreator pun bervariasi. Laporan dari sejumlah kreator menyebutkan bahwa pendapatan dari program ini cenderung rendah, yakni sekitar \$0,000033 per tayangan.

Program *TikTok creator fund* memang memiliki sejumlah kelemahan dalam aspek transparansi dan keadilan distribusi pendapatan, namun tetap memberikan ruang bagi kreator untuk memperoleh penghasilan dari aktivitas produksi konten. Dana kreator *TikTok* menawarkan kesempatan kepada pembuat konten yang ambisius untuk menghasilkan penghasilan tambahan melalui konten mereka. Bagi kreator yang aktif dan konsisten, program ini dapat menjadi langkah awal dalam membangun jenjang karier berbasis ekonomi digital melalui *platform TikTok*.

Gambar 3.10.

Dashboard TikTok Creator Fund



Sumber: saleslovesmarketing.com

Gambar di atas merupakan *dashboard TikTok creator fund*. Insentif yang diberikan oleh tiktok setelah para kreator melaksanakan tugas dengan membuat konten akan langsung terlihat pada *dashboard* tersebut.

Pendapatan yang diperoleh melalui program *TikTok Creator Fund* menunjukkan karakteristik fluktuatif yang dipengaruhi oleh berbagai

variabel algoritmik dan performatif. Nilai imbalan yang diterima kreator bergantung pada jumlah tayangan, tingkat keterlibatan pengguna, serta kesesuaian konten dengan pedoman komunitas yang berlaku. Ketidakteraturan dalam distribusi tayangan dan dinamika interaksi audiens mengakibatkan nominal pendapatan tidak konsisten dari waktu ke waktu.

Ketidakpastian ini menunjukkan bahwa sistem monetisasi berbasis performa belum mampu memberikan jaminan pendapatan yang stabil bagi kreator. Kondisi tersebut menuntut kreator untuk memiliki strategi adaptif dan inovatif dalam mempertahankan eksistensi serta jangkauan konten. Pemanfaatan *dashboard Creator Fund* hanya menyediakan gambaran estimatif tanpa mengungkapkan rumus kompensasi secara transparan. Ketergantungan pada sistem yang tidak pasti mengimplikasikan pentingnya diversifikasi sumber pendapatan dalam ekosistem ekonomi digital agar keberlanjutan ekonomi kreator dapat terjaga.