

BAB III

STRATEGI PEMASARAN PRODUK DENGAN SISTEM *BALLS RANDOM* PADA AKUN TIKTOK

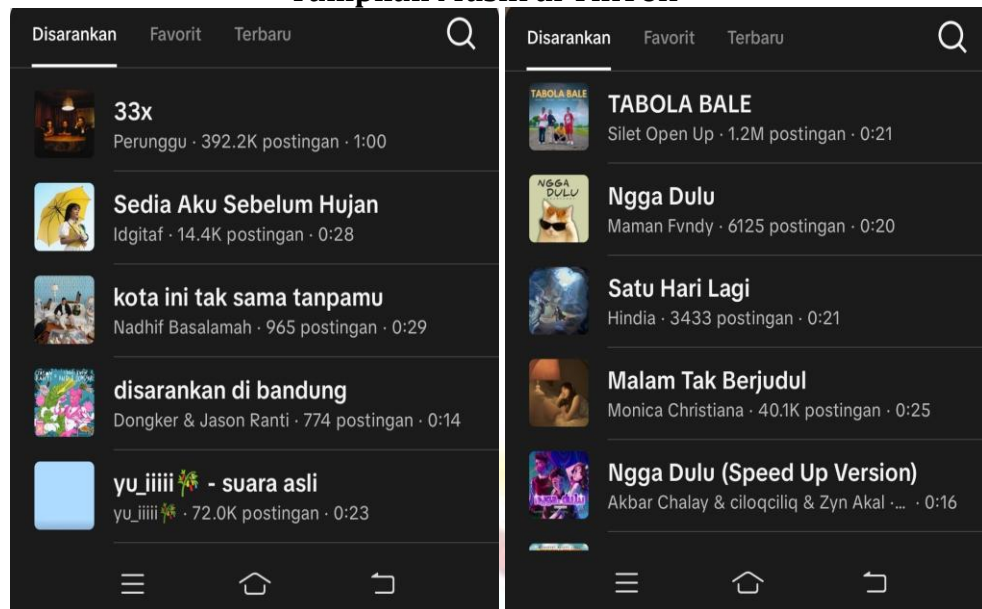
3.1 Gambaran Umum tentang TikTok

TikTok merupakan salah satu *platform* media sosial dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia. *Platform* ini memungkinkan pengguna untuk menciptakan video singkat berdurasi sekitar 15 detik yang dapat dipadukan dengan musik, filter, serta berbagai fitur kreatif lainnya. Dalam kurun waktu hampir empat tahun sejak pertama kali diluncurkan, TikTok berhasil menarik perhatian masyarakat global dan mengalami peningkatan popularitas yang signifikan. Hingga akhir tahun 2019, jumlah pengguna aktif TikTok di seluruh dunia telah mencapai sekitar 500 juta orang. TikTok pertama kali dirilis pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao asal Tiongkok. TikTok berfungsi sebagai wadah bagi penggunanya untuk mengekspresikan kreativitas dan jati diri melalui video buatan mereka sendiri. Tiga bulan pertama pada tahun 2020, jumlah unduhan TikTok melonjak dan menembus angka lebih dari 2 miliar kali. Berdasarkan data dari Sensor Tower, Indonesia menjadi negara dengan jumlah unduhan TikTok tertinggi, yaitu sebesar 11% disusul oleh Negara Brazil dengan kontribusi 9%. Sebagian besar pengguna TikTok berasal dari kalangan remaja hingga dewasa muda dengan rentang usia 16-24 tahun. Kelompok usia ini dinilai sangat potensial sebagai sasaran pemasaran produk karena memiliki peluang besar untuk menjadi konsumen aktif. (Martini & Dewi, 2021: 39).

TikTok juga menyediakan berbagai fitur yang sering dimanfaatkan pengguna dalam proses pembuatan konten di dalam aplikasi tersebut, yaitu Musik, TikTok Ads, Stiker dan Filter, serta TikTok Shop (Asrat & Kalaloi, 2022: 978-979):

1. Musik

Gambar 3.1
Tampilan Musik di TikTok

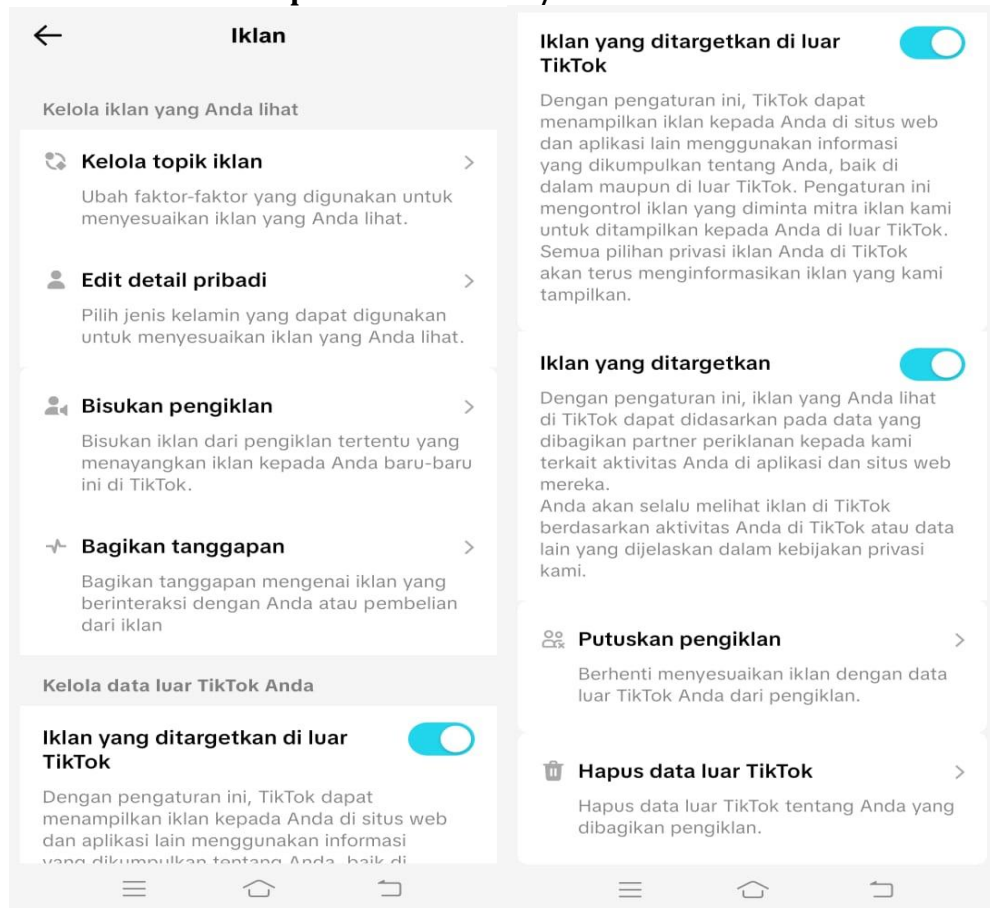


Sumber: Aplikasi TikTok

Album musik TikTok punya banyak lagu dari berbagai kategori musik yang bisa digunakan untuk berkolaborasi dengan video yang akan dibuat. Tanpa adanya kecemasan perihal perizinan lagunya karena semua telah difasilitasi dengan persetujuan dari pemiliknya yang membuat aplikasi ini lebih unggul sehingga tidak terjadinya *copyright*/pelanggaran hak cipta. Kemudahan untuk membagikan video maupun foto ini dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan kebaikan dan informasi yang positif dalam kehidupan. Dimulai dari hal-hal kecil, video-video pendek di TikTok dapat sangat mengubah banyak persepsi orang tentang sebuah kebiasaan baru, seperti halnya musik pada aplikasi TikTok, video pada TikTok menggunakan beragam musik, nada hingga lirik memiliki sebuah pesan tersendiri, jika video tersebut memberikan informasi tidak mungkin seorang konten *creator* memberikan musik sedih, namun musik tersebut mengikuti tema video seperti apa yang akan kita sampaikan.

2. TikTok Ads

Gambar 3.2
Tampilan TikTok Ads/Iklan di TikTok

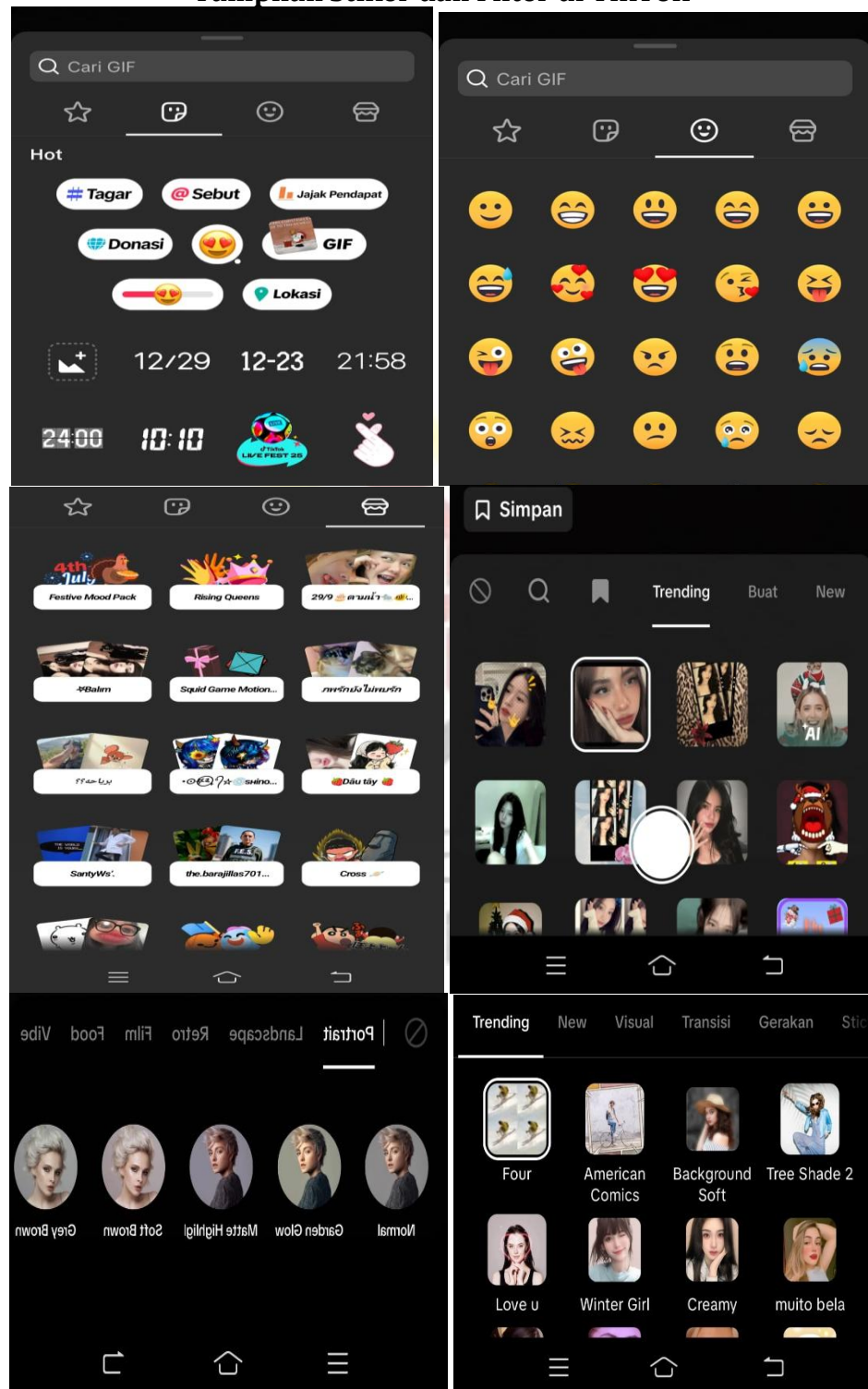


Sumber: Aplikasi TikTok

Aplikasi Tiktok memiliki fitur iklan yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan penyebaran konten yang dibuat. Pada fitur tersebut pengguna dapat menetapkan tujuan pembuatan iklan, menetapkan anggaran dan target iklan, melakukan unggahan video, dan menambahkan fitur *Call to Action* (CTA) iklan. Fitur CTA dapat mengarahkan *viewers* menuju *website* media sosial lainnya melakukan tindakan pembelian dan hal lainnya sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh pengguna.

3. Stiker dan filter

Gambar 3.3
Tampilan Stiker dan Filter di TikTok

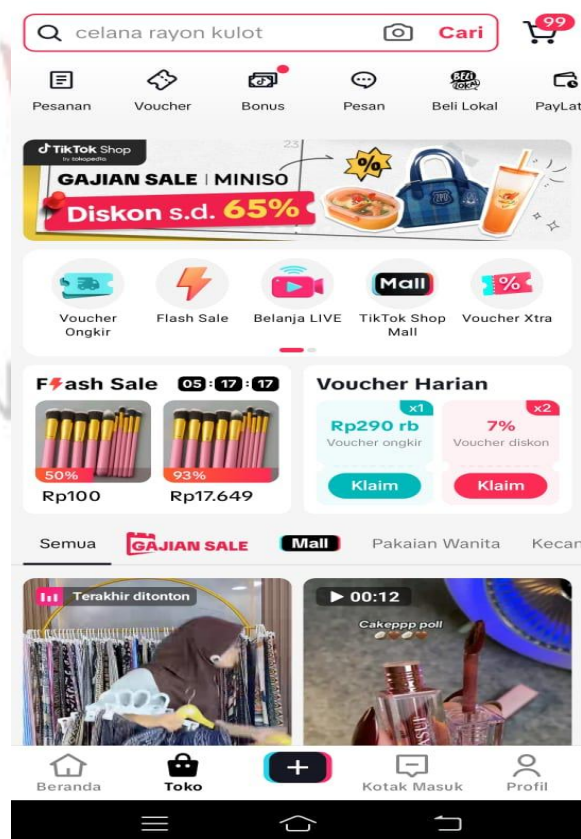


Sumber: Aplikasi TikTok

Stiker dan filter digunakan untuk memberikan variasi visual pada video dengan menyediakan beragam pilihan yang dapat disesuaikan dengan tema atau konsep konten yang ingin ditampilkan. Keberagaman stiker dan filter ini membantu creator dalam menyesuaikan kebutuhan pembuatan konten sehingga hasil video menjadi lebih menarik, bervariasi dan tidak menimbulkan rasa bosan bagi penonton. Fitur filter memiliki fungsi untuk membuat video lebih atraktif dan kreatif sehingga membuat seseorang konten *creator* lebih percaya diri untuk tampil di depan kamera dengan fasilitas yang telah disediakan.

4. TikTok Shop

Gambar 3.4
Tampilan TikTok Shop



Sumber: Aplikasi TikTok

TikTok Shop merupakan *e-commerce* yang difasilitasi oleh aplikasi TikTok untuk kegiatan jual beli. Penjual dapat memanfaatkan aplikasi

TikTok tidak sekedar hanya untuk *mengupload* gambar produk saja tetapi juga dapat membuat video promosi dan mengadakan *live* untuk memudahkan transaksi jual beli. TikTok Shop merupakan fitur baru yang dikembangkan oleh TikTok yang fungsinya digunakan untuk transaksi jual beli melalui aplikasi TikTok langsung. Mulai dari katalog produk, layanan *chat* dengan penjual hingga pembayaran dilakukan langsung di aplikasi TikTok tersebut.

3.2 Live Streaming TikTok

Perkembangan teknologi melalui kehadiran TikTok membuka kesempatan baru bagi pelaku pemasaran untuk menjangkau target *audiens* secara lebih aktif dan interaktif melalui penyajian serta promosi produk. Keunikan TikTok terletak pada sistem kerjanya yang berbeda dibandingkan media sosial lainnya. Algoritma TikTok tidak bertumpu pada hubungan social antar pengguna, melainkan pada distribusi konten, sehingga informasi terbaru bukan menjadi fokus utama. Sebaliknya, pengguna memanfaatkan TikTok sebagai sarana hiburan dan media untuk menyalurkan kreativitas sesuai yang diminati. TikTok kemudian berkembang menjadi *platform* yang berpengaruh dalam mendukung aktivitas pemasaran produk, terutama melalui fitur konten *live streaming* dan TikTok Shop. Hal ini menunjukkan bahwa *live streaming* di TikTok dapat dimanfaatkan sebagai alat pemasaran yang efektif, bahkan mampu menjangkau pasar internasional dengan biaya yang relatif terjangkau (Holilah, 2022: 3).

Selain itu, *live streaming* semakin diminati oleh konten kreator maupun konsumen sebagai saluran sosial yang penting dan *considerable* perkembangannya, karena mampu memengaruhi keputusan pembelian pengguna melalui tingkat keterlibatan yang tercipta dalam aktivitas *live streaming e-commerce*. Perdagangan *live streaming* adalah lingkungan yang lebih interaktif, menarik, dan berpusat pada pengguna yang menawarkan interaksi manusia-komputer secara *real-time* antara *audiens* dan *host live*

Streaming. Perdagangan *live streaming* berkontribusi pada kesadaran timbal balik langsung (dimana *audiens* dapat berinteraksi melalui *live chat* yang nantinya akan dibaca oleh *host live streaming*) antara jangkar dan konsumen melalui teknologi penyebaran audio dan video secara *real-time*, sehingga menghasilkan percakapan yang menyerupai tatap muka interaksi. Perdagangan *live streaming* pada dasarnya adalah perluasan dan peningkatan belanja TV era media tradisional, yang diinternalisasikan melalui produksi media konvensional, mencerminkan *real-time* karakteristik dan interaktivitas komunikasi di era media baru (Erfiati & Helfi, 2023: 4).

Fitur *live* TikTok memiliki beberapa fungsi dalam penggunaannya, di antaranya (Reza et al., 2025: 4):

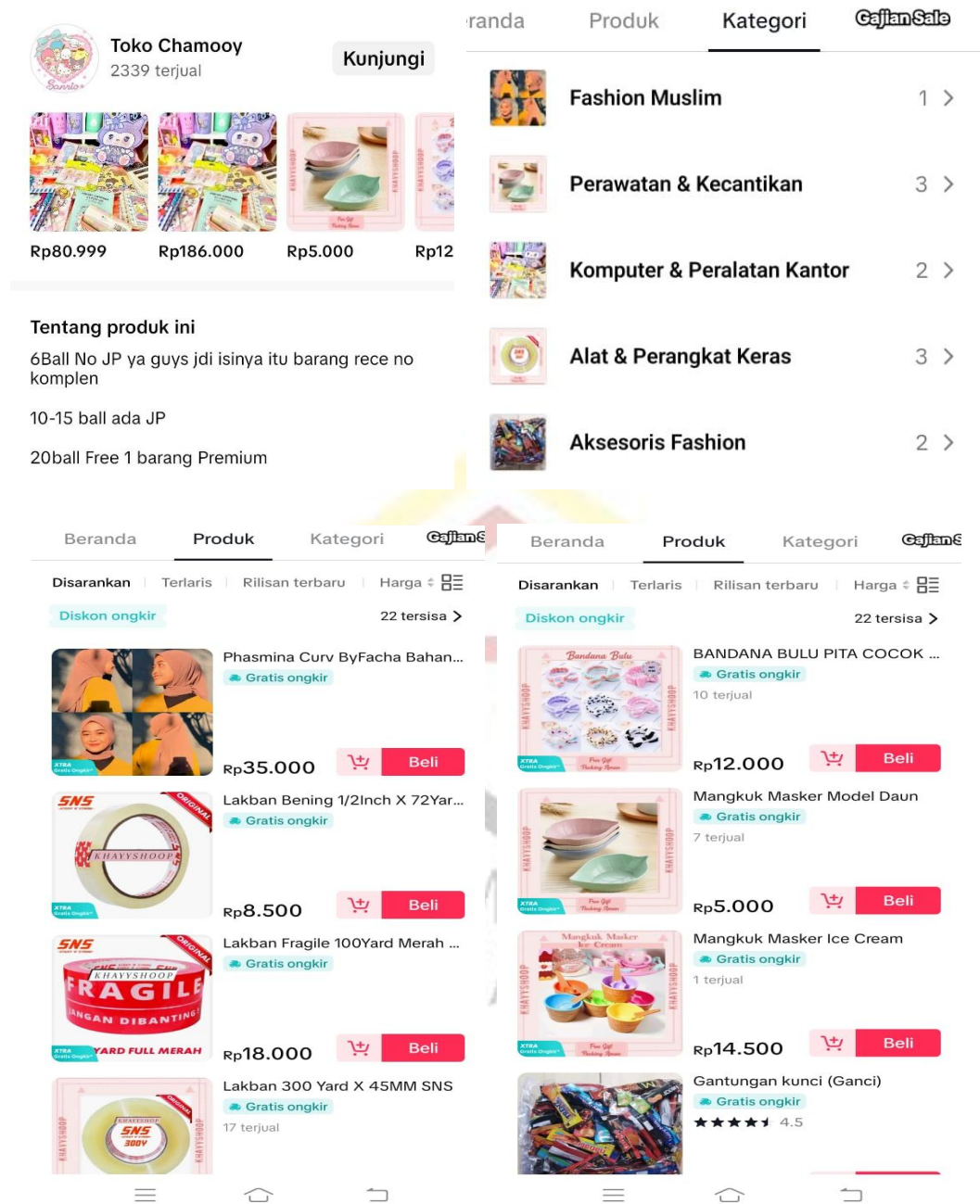
1. Memperluas jangkauan pengguna: dengan menggunakan fitur *live* TikTok, pengguna dapat menjangkau pengikut mereka secara langsung dan memperluas jangkauan konten mereka.
2. Meningkatkan interaksi dan keterlibatan: fitur *live* TikTok memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung dengan pengikut mereka dan memperoleh respon dalam waktu nyata.
3. Meningkatkan kesadaran merek: dengan menggunakan fitur *live* TikTok, perusahaan dapat memperkenalkan merek dan produk mereka kepada pengikut baru dan meningkatkan kesadaran merek.

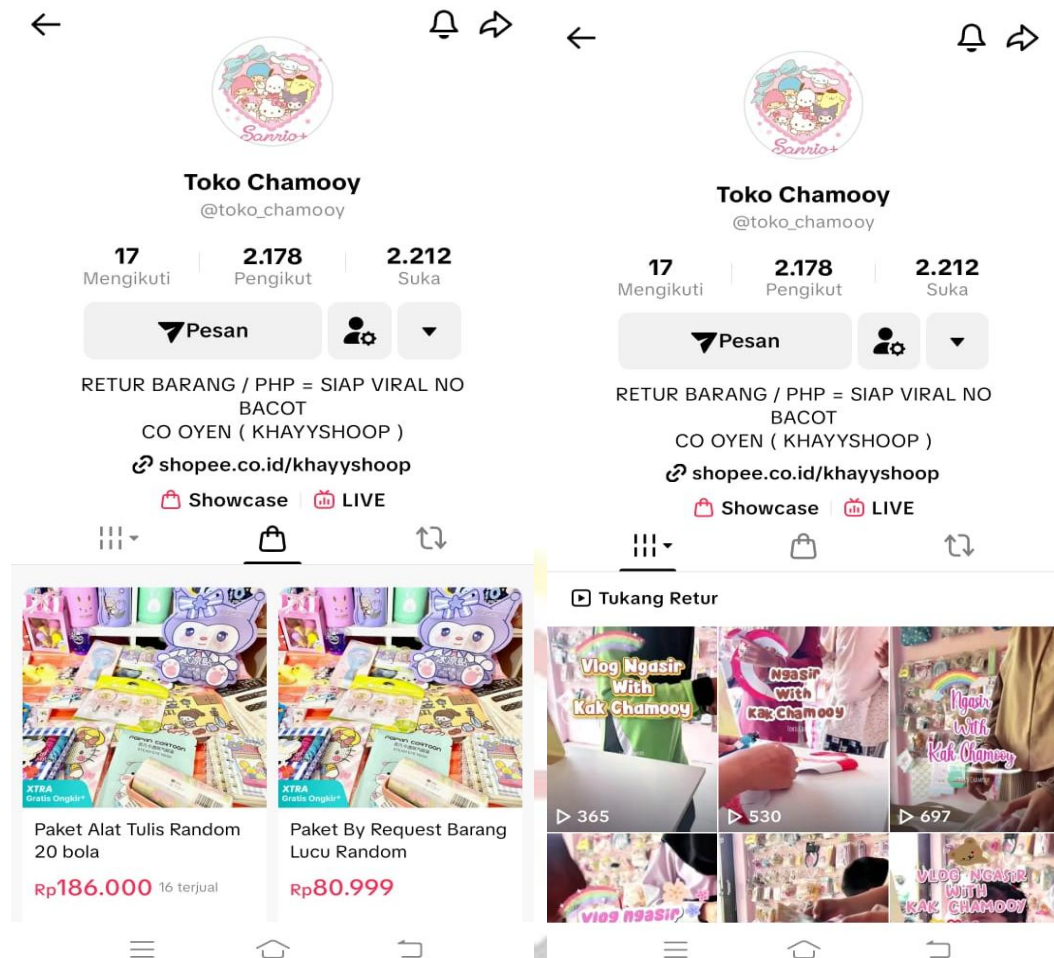
3.3 Profil Akun TikTok yang Menerapkan Sistem *Balls Random*

3.3.1 Toko Chamooy

Toko Chamooy adalah salah satu toko yang ada pada TikTok Shop. Toko *offlinenya* Toko Chamooy ini beralamatkan di Bogor. Pada Tiktoknya terdapat berbagai macam produk yang dijualnya. Terdiri dari produk *skincare*, pakaian, alat tulis, aksesoris kecantikan, gantungan kunci, lakban, dan barang-barang *random* lainnya. Keunikan dari Toko Chamooy ini yaitu ia menjual produknya dalam berbentuk paket bola dengan jumlah dan harga yang berbeda. Seperti pada gambar berikut ini:

Gambar 3.5
Tampilan Akun TikTok Toko Chamoooy



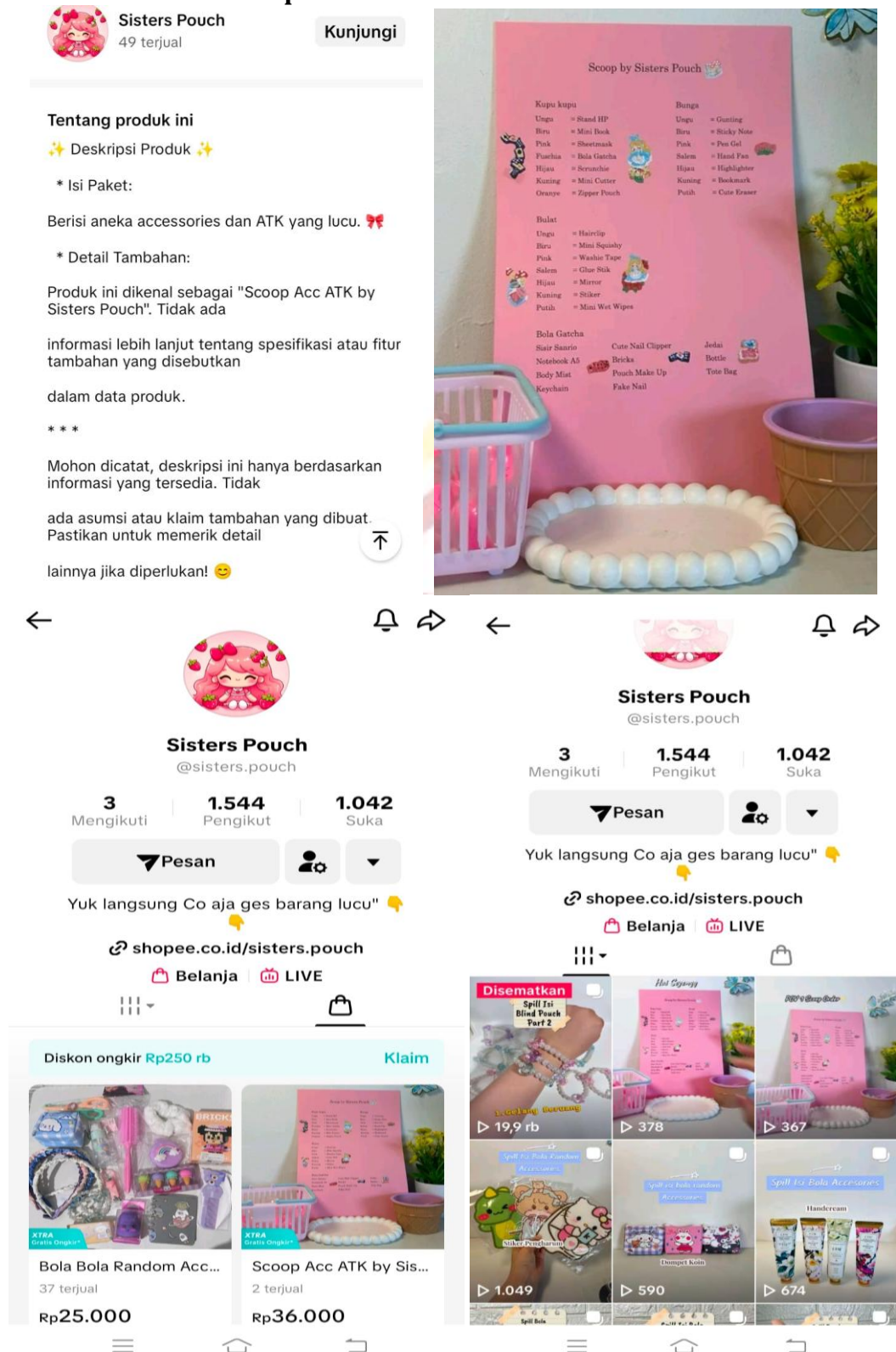


Sumber: Akun TikTok Toko Chamooy

3.3.2 Toko Sister Pouch

Toko Sister Pouch adalah salah satu toko pada TikTok Shop yang juga menerapkan sistem *balls random* pada transaksi di tokonya. Toko *offlinenya* beralamatkan di Semarang. Pada TikTok Sister Pouch terdapat berbagai macam produk yang dijual, terdiri dari produk *skincare*, *accessories*, ATK (alat tulis kantor), produk kecantikan dan barang-barang *random* lainnya. Pada Toko Sister Pouch ini ia tidak hanya menggunakan sistem *balls random* saja, tetapi ia juga menggunakan sistem pouch dan *scoop accessories* dalam berbentuk paket dengan harga yang berbeda. Seperti pada gambar berikut ini:

Gambar 3.6
Tampilan Akun TikTok Sister Pouch

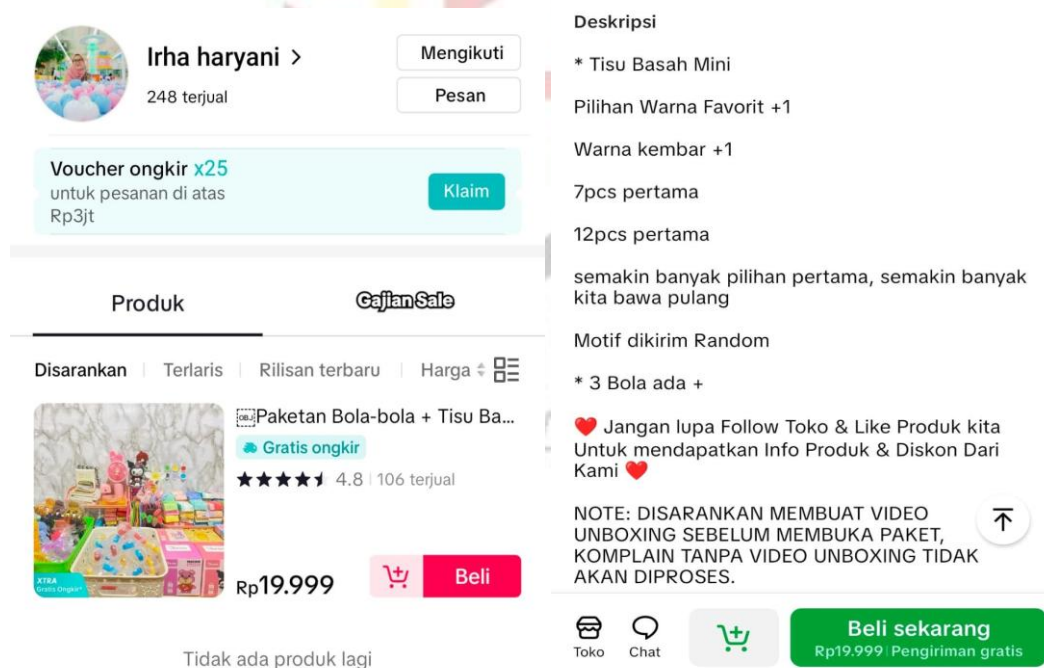


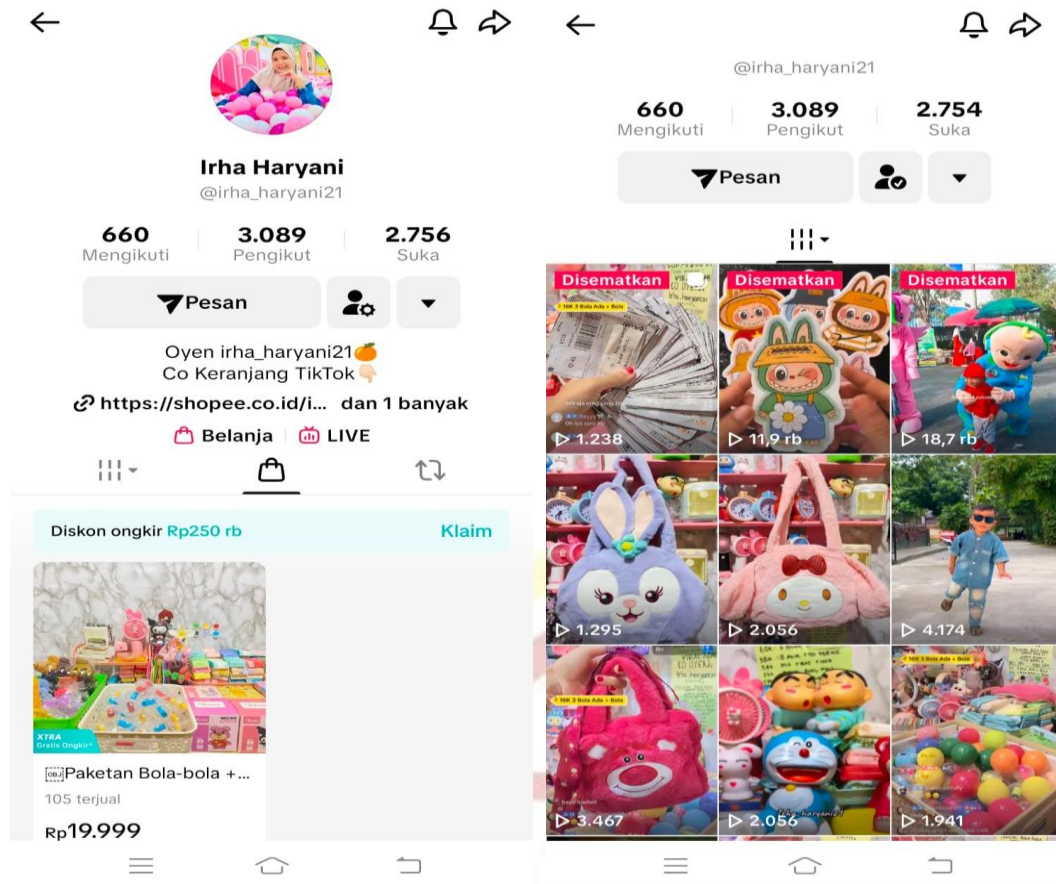
Sumber: Akun TikTok Sister Pouch

3.3.3 Toko Irha Haryani

Toko Irha Haryani adalah salah satu toko pada TikTok Shop yang juga menerapkan sistem *balls random* pada transaksi ditokonya. Toko *offline* nya Toko Sister Pouch ini beralamatkan di Pekanbaru. Pada TikTok Irha Haryani terdapat berbagai barang *random* yang disediakan untuk paketan *balls random*. Barang random tersebut terdiri dari bandana, jeda rambut, buku mini, pulpen, cermin, stiker, gantungan kunci, dan barang *random* lainnya. Selain menyediakan paketan *balls random*, toko ini juga menyediakan paketan tisu basah dan kering dengan jumlah dan harga yang berbeda. Seperti pada gambar berikut ini:

Gambar 3.7
Tampilan Akun TikTok Irha Haryani





Sumber: Dokumentasi

Berdasarkan deskripsi ketiga profil toko di atas, dapat disimpulkan bahwa ketiga toko tersebut menggunakan sistem *balls random* pada transaksi di tokonya dengan menyediakan produk-produk yang hampir sama. Meskipun ketiga toko tersebut menggunakan sistem *balls random*, tetapi yang hanya fokus pada sistem *balls random* tersebut yaitu Toko Chamooy. Sedangkan Sister Pouch dan Irha Haryani tidak hanya menggunakan sistem *balls random*, tetapi juga sistem yang lainnya. Seperti Sister Pouch, ia juga menggunakan sistem *pouch* dan *scoop* aksesoris. Kemudian Irha Haryani juga menggunakan sistem yang lainnya yaitu sistem pilih warna untuk mendapatkan tisu basah dan kering dengan jumlah yang lebih banyak jika warna pada tisu tersebut sama.



UIN IMAM BONJOL
PADANG