

BAB II GAMBARAN UMUM

2.1. Perkembangan Bisnis Digital Melalui Platform TikTok

Perkembangan teknologi digital telah mengubah banyak hal dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam bisnis dan pemasaran. Kemajuan internet serta meningkatnya penggunaan perangkat digital memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk melalui berbagai platform *online*. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai model bisnis digital *seperti e-commerce, marketplace, subscription*, dan lain – lain yang semakin banyak digunakan dalam kegiatan ekonomi saat ini (Forbes.com, 2023).

Dalam kegiatan pemasaran digital, media sosial menjadi salah satu sarana yang efektif guna menjangkau konsumen. Melalui media sosial, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk, menyampaikan informasi, serta membangun komunikasi dengan audiens secara lebih luas. Pada awal perkembangannya, platform seperti Facebook dan Instagram banyak dimanfaatkan sebagai media promosi digital. Namun, dalam beberapa tahun terakhir TikTok muncul sebagai salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat dan banyak digunakan oleh generasi muda (The Global Statistic, 2026).

Meningkatnya popularitas TikTok menjadikan platform ini tidak hanya sekadar tempat hiburan tetapi juga sebagai sarana pemasaran digital. Video – video singkat, kreatif, dan mudah dilihat memudahkan penyampaian informasi mengenai produk dengan cara yang lebih menarik. Di samping itu, algoritma TikTok memungkinkan konten untuk mencapai audiens yang lebih besar melalui sistem rekomendasi di *For You Page* (FYP).

Perkembangan bisnis digital melalui TikTok dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- Perubahan pola konsumsi media oleh generasi muda

Media sosial lebih sering digunakan secara aktif oleh generasi muda, terutama karena mereka tertarik pada konten visual yang singkat, menarik, dan bersifat

menghibur. Hal ini menjadikan TikTok sebagai platform yang efektif untuk menyampaikan informasi mengenai produk.

- Kemudahan dalam pembuatan dan penyebaran konten

TikTok menyediakan berbagai fitur seperti musik, filter, dan efek visual yang memudahkan pengguna untuk membuat konten secara kreatif, termasuk konten promosi produk.

- Fitur yang mendukung aktivitas pemasaran digital

TikTok menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan brand maupun kreator untuk mempromosikan produk melalui konten video yang informatif dan menarik.

- Peluang viralitas konten

Sistem rekomendasi konten pada TikTok memungkinkan suatu video menjangkau banyak pengguna dalam waktu singkat, sehingga informasi mengenai produk dapat tersebar secara luas di antara pengguna platform (Sprout Social, 2023).

Melalui berbagai keunggulan tersebut, TikTok kini menjadi salah satu platform yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan produk serta membangun persepsi dan citra merek di kalangan pengguna media sosial. Konten yang disampaikan melalui platform ini juga dapat menjadi sumber informasi bagi pengguna dalam mengenal suatu merek serta membentuk penilaian mereka terhadap produk yang ditawarkan.

2.2. Karakteristik TikTok



Gambar 2. 1 Logo TikTok

TikTok merupakan sebuah platform sosial media yang berfokus pada video, di mana pengguna dapat secara inovatif membuat, mengedit, dan membagikan berbagai macam konten. Aplikasi ini diciptakan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, dan pertama kali muncul tahun 2016. Sejak perilisannya, TikTok mengalami perkembangan yang sangat cepat hingga menjadi salah satu platform media sosial populer di berbagai negara, termasuk Indonesia.

Salah satu karakteristik utama TikTok adalah format konten video berdurasi singkat yang dikombinasikan dengan berbagai fitur kreatif seperti musik, filter, efek visual, serta tools pengeditan video yang mudah digunakan. Fitur - fitur tersebut memungkinkan pengguna untuk memproduksi konten dengan lebih mudah tanpa memerlukan kemampuan editing yang kompleks. Selain itu, karakteristik konten yang singkat dan menarik membuat pengguna dapat mengonsumsi berbagai informasi secara cepat dalam satu waktu.

TikTok juga memiliki sistem algoritma yang merekomendasikan konten kepada pengguna melalui halaman *For You Page* (FYP). Sistem rekomendasi ini menampilkan video berdasarkan minat serta interaksi pengguna sebelumnya, seperti jumlah tayangan, *like*, komentar, dan durasi menonton video. Melalui algoritma tersebut, konten yang diunggah oleh pengguna memiliki peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas meskipun akun tersebut belum memiliki banyak pengikut.

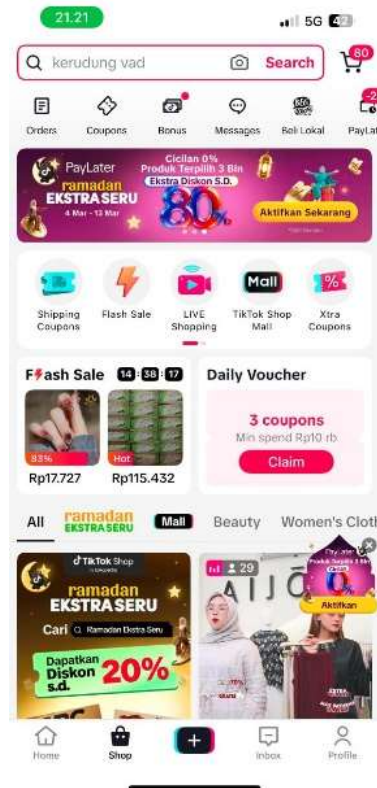
Selain itu, TikTok juga mendorong interaksi antar pengguna melalui berbagai fitur seperti komentar, *share*, penggunaan *hashtag*, serta berbagai tren yang berkembang di platform tersebut. Tingginya tingkat interaksi tersebut menjadikan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana penyebaran informasi yang efektif, termasuk informasi mengenai produk dan merek yang diperkenalkan melalui konten digital.

2.3. Karakteristik TikTok Shop



Gambar 2. 2 Logo TikTok Shop

TikTok Shop merupakan fitur *social commerce* yang memungkinkan aktivitas jual beli secara langsung melalui aplikasi TikTok. Melalui fitur ini, pengguna dapat mencari berbagai produk, melihat rincian produk, dan melakukan pembelian tanpa perlu meninggalkan aplikasi.



Gambar 2. 3 Tampilan TikTok Shop

TikTok Shop menyediakan berbagai kategori produk yang dapat dibeli oleh pengguna, seperti *fashion*, kecantikan, elektronik, dan kebutuhan rumah tangga. Selain itu, pengguna juga dapat mengakses informasi produk secara lengkap, mulai dari deskripsi, harga, dan foto, hingga *review* dari konsumen lain yang telah melakukan pembelian. Informasi tersebut membantu pengguna dalam memperoleh gambaran mengenai kualitas dan karakteristik produk sebelum melakukan pembelian.

Keberadaan TikTok Shop menjadikan proses belanja *online* lebih praktis karena aktivitas promosi dan transaksi dapat dilakukan dalam satu platform yang sama. Konten video yang menampilkan produk dapat langsung terhubung dengan

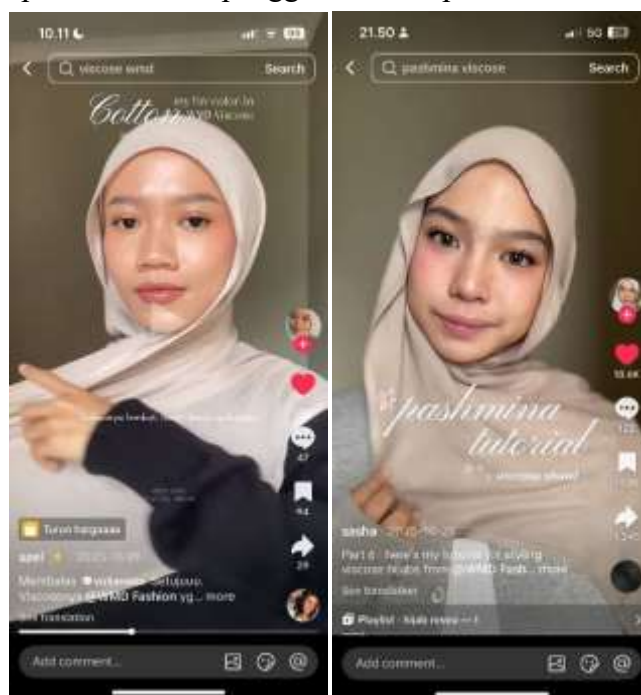
halaman pembelian sehingga pengguna dapat membeli produk dengan lebih mudah setelah melihat konten promosi.

Selain itu, TikTok Shop juga menyediakan berbagai fitur interaktif yang memungkinkan brand untuk menyampaikan informasi produk secara lebih menarik melalui konten video, *live streaming*, maupun kolaborasi dengan kreator. Hal tersebut menjadikan TikTok Shop sebagai salah satu bentuk perkembangan *e-commerce* yang menggabungkan aktivitas media sosial dengan transaksi digital.

2.4. Program TikTok Affiliate

Program TikTok Affiliate memungkinkan kreator maupun pengguna TikTok memasarkan produk dari suatu brand melalui konten yang mereka unggah di platform tersebut. Dalam program ini, kreator akan memperoleh komisi apabila terjadi transaksi pembelian melalui tautan atau produk yang mereka promosikan.

Melalui program TikTok Affiliate, kreator dapat membuat berbagai jenis konten promosi seperti review produk, tutorial penggunaan, rekomendasi produk, maupun konten *try on* yang menampilkan pengalaman penggunaan produk secara langsung. Konten tersebut kemudian dibagikan kepada audiens melalui video TikTok yang dapat dilihat oleh pengguna lain di platform tersebut.



Gambar 2. 4 Konten Affiliate

Program ini memberikan keuntungan bagi berbagai pihak. Bagi brand, TikTok Affiliate membantu memperluas jangkauan promosi produk melalui kreator yang memiliki audiens tertentu. Sementara bagi kreator, program ini memberikan peluang untuk memperoleh pendapatan tambahan melalui komisi dari setiap transaksi yang dihasilkan.

Dalam komunikasi pemasaran digital, konten affiliate menjadi salah satu media penyampaian promosi yang berpotensi memengaruhi cara konsumen memandang suatu produk maupun merek. Informasi mengenai pengalaman penggunaan produk yang disampaikan oleh kreator dapat menjadi referensi bagi pengguna lain dalam mengenal suatu produk sebelum membentuk persepsi terhadap merek tersebut.

2.5. *Online Customer Review* pada TikTok Shop

Online customer review merupakan ulasan yang diberikan oleh konsumen setelah membeli atau menggunakan suatu produk. Ulasan tersebut umumnya berisi pengalaman konsumen terkait kualitas produk, kesesuaian produk dengan deskripsi, harga, pelayanan penjual, serta proses pengiriman produk.

Pada TikTok Shop, *online customer review* dapat ditemukan pada halaman produk dalam berbagai bentuk, seperti teks, rating bintang, foto produk, maupun video yang diunggah oleh pembeli sebelumnya. Fitur ini memungkinkan konsumen untuk melihat pengalaman pengguna lain terhadap produk yang ditawarkan.



Gambar 2. 5 *Online Customer Review*

Online customer review sering digunakan sebagai sumber informasi dalam aktivitas belanja *online*. Melalui ulasan tersebut, calon konsumen dapat memperoleh gambaran mengenai pengalaman pengguna lain terhadap suatu produk. Informasi yang tersedia dalam ulasan dapat mencakup penilaian terhadap kualitas produk, kesesuaian dengan deskripsi, serta pengalaman selama proses pembelian.

Dalam konteks pemasaran digital, *online customer review* menjadi salah satu bentuk informasi yang tersedia bagi konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Keberadaan ulasan dari pengguna lain dapat menjadi bagian dari informasi yang dipertimbangkan konsumen dalam menilai suatu produk atau merek.