

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

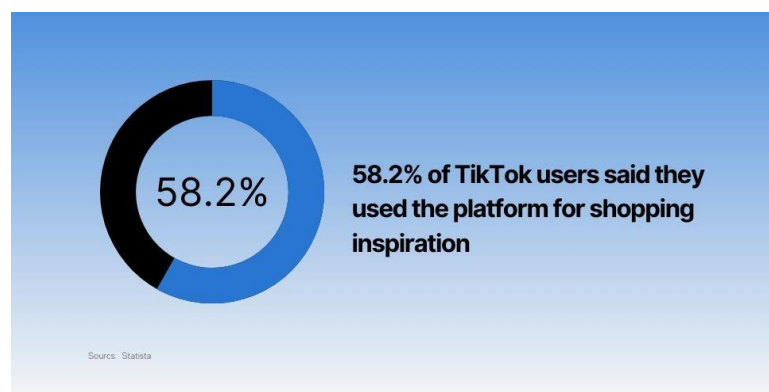
### **1.1 Latar Belakang**

Tiktok menjadi salah satu kegiatan proses jual beli barang, Dalam Aplikasi Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang menjadi aplikasi paling banyak diunduh di Apps Store dan Google Play selama hampir 5 kuartal berturut turut. Data ini dibagikan oleh layanan analitik Sensor Tower dengan detail mengungkapkan bahwa di kuartal 2019 & 2020 Tiktok mendapatkan 33 juta Unduhan di App store, Tidak sebanyak pada App Store untuk Goggle play aplikasi tiktok berada dibawah whatsapp dan messenger akan tetapi tetap mengungguli Facebook dan Instagram.

Tiktok merupakan media sosial dengan platform hiburan, kehadiran dari Tiktok For Business justru banyak membantu para pemilik brand atau pelaku bisnis untuk terhubung dengan komunitas yang lebih besar, mudah ditemukan oleh pengguna melalui Tiktok dan membangun lingkungan bermedia sosial yang sehat dengan menciptakan kreativitas pada konten yang diunggah serta melibatkan pengguna dalam kampanye pemasaran yang dijalankan oleh sebuah brand, pelaku bisnis ataupun institusi bukan hanya sekedar melihat tapi juga ikut terinspirasi untuk membuat konten tiktok dengan versi nya sendiri.

Penggunaan media sosial seperti Tiktok membantu bagi perusahaan, pelaku bisnis, ataupun online shop dalam menjangkau target sasarnya sebagai media promosi, media informasi, maupun sarana meningkatkan citra institusi didepan khalayak. Salah satu onlineshop yang sudah merasakan kemudahan dan manfaat dari penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai media promosinya yaitu salah satu brand local skincare yang sudah dikenal di kalangan Gen-z yaitu Somethinc.

Tiktok sendiri saat ini menjadi salah satu media sosial yang sangat digandrungi oleh Masyarakat khusus nya kalangan remaja dan orang dewasa terutama pada saat ini Masyarakat bisa melakukan segala bentuk aktifitas secara daring, penggunaan tiktok secara signifikan meningkat dari waktu ke waktu yang mengakibatkan banyak inovasi dan fitur baru yang di sediakan tiktok untuk memenuhi kebutuhan Masyarakat.



Gambar 1.1 Data Statistik Pengguna Tiktok

Trending nya Tiktok pertama kali di Indonesia membawa kesan yang buruk bagi Masyarakat yang di nilai bahwa Tiktok digunakan untuk para remaja yang dianggap tingkah laku nya berlebihan atau yang biasa disebut dengan alay hingga ada Tiktokers yang mengadakan meet & great pada saat itu lalu di blokir nya aplikasi ini oleh KOMINFO. Yang kemudian menjadi naik Kembali setelah berubah

fungsi menjadi hiburan serta tempat informasi yang lebih bermanfaat di banding sebelumnya.

Buruk nya pandangan Masyarakat mengenai tiktok yang hanya berisi konten berjoget namun saat ini sudah tergantikan dengan banyak nya variasi video yang dapat ditemukan seperti konten memasak, konten bermain game, konten berjualan, hingga konten penambah ilmu pengetahuan kreatif yang dapat memicu seseorang membuat berbagai karya untuk menunjukkan kreatifitasnya dari berbagai bidang seperti bakat menari, melukis, menyanyi.

TikTok diprediksi masih akan terus mendominasi media sosial selama tahun 2023 ini. TikTok tidak hanya hadir untuk kebutuhan berjejaring sosial dan marketing saja, melainkan juga berambisi untuk menjadi media sosial nomor satu. Hal ini dibuktikan dengan inovasi fiturnya yang semakin berkembang dari waktu ke waktu. Sebagai contoh, awalnya TikTok hanya membatasi video pendek selama 15 detik saja, kemudian ada perkembangan video TikTok bisa diunggah hingga 10 menit. Tidak hanya itu, TikTok kini juga telah menjadi social commerce yang sedang naik daun karena fitur belanja atau yang familiar dikenal dengan istilah “keranjang kuning”.



Gambar 1.2 Data statistik negara pengguna aktif tiktok

TikTok memiliki alat pengeditan canggih yang memungkinkan pengguna memproduksi video sesuai dengan yang diinginkan. Fitur ini mencakup dasar-dasar, seperti memotong, membalik video, memutar video, dan mengubah kecepatan pemutarannya. Fitur tersebut juga menyediakan teks, stiker, dan emoji ke video yang telah dibuat. Fitur ini juga membantu dalam memberikan konteks atau pesan tambahan kepada penonton. TikTok dikenal dengan fitur musiknya yang kuat, pengguna bisa menambahkan lagu dari perpustakaan musik TikTok. TikTok juga memungkinkan penggunanya untuk menyimpan video sebagai draf dan melanjutkan penyuntingan di lain waktu. Ini memudahkan dalam merencanakan dan mengedit konten sebelum membagikannya ke publik.

Fitur paling mendasar dan sangat dibutuhkan adalah kemampuan merekam video langsung di aplikasi. Pengguna juga dapat mengunggah video yang sudah ada dari kamera pribadi, memberi pengguna lebih banyak kebebasan untuk berkreasi. Salah satu bagian terbaik dari TikTok adalah banyaknya filter dan efek

yang dapat dimainkan. Aplikasi ini menawarkan stiker, filter kecantikan, dan animasi yang dapat membuat video terlihat semakin keren.

TikTok juga mengembangkan filter *augmented reality* (AR) yang memungkinkan pengguna mengubah fitur wajah atau menambahkan elemen berbeda ke video. Bahkan, pengguna bisa menemukan efek layar hijau yang bisa digunakan untuk menambahkan latar belakang apa pun yang diinginkan ke video. Selain itu, TikTok juga memiliki fitur pengisi suara. Fitur ini memungkinkan pengguna bisa memasukkan suara untuk video. Dengan begitu, pengguna dapat menambahkan narasi ke video yang direkam sebelumnya dan menyampaikan pesan lebih efektif. Fitur ini juga memiliki efek pengubah suara yang berbeda-beda, seperti suara pria, vibra, elektronik, raksasa, *echo*, *elf*, dan mic.

TikTok juga memungkinkan pengguna melakukan video siaran langsung, yang menghubungkan kreator konten dan pengikutnya dapat berinteraksi secara real-time. Pengguna bahkan dapat mengirimkan hadiah atau gift kepada kreator konten saat mereka melakukan live streaming video, lalu ada juga live shopping. Live shopping di media sosial telah berkembang pesat sebagai akibat langsung dari pandemi. Antara Maret 2020 hingga Juli 2021, pembelian dari live commerce di seluruh dunia meningkat sebesar 76%, dan industri live commerce tidak menunjukkan tanda-tanda akan berhenti. Dibandingkan dengan bentuk e-commerce lainnya, rasio konversi dari live streaming bisa mencapai sepuluh kali lebih tinggi.

Para ahli memperkirakan bahwa industri live shopping di Amerika Serikat (AS) akan bernilai \$35 miliar pada tahun 2024. Sebaliknya, di China, live stream-

ing shopping telah memainkan peran yang cukup besar dalam budaya social commerce di negara tersebut. Faktanya, 45% pembeli online di Tiongkok diprediksi akan membeli melalui live streaming pada tahun 2023. Pada tahun 2022, industri live shopping diperkirakan akan menjangkau lebih dari \$400 miliar (sumber dari McKinsey).

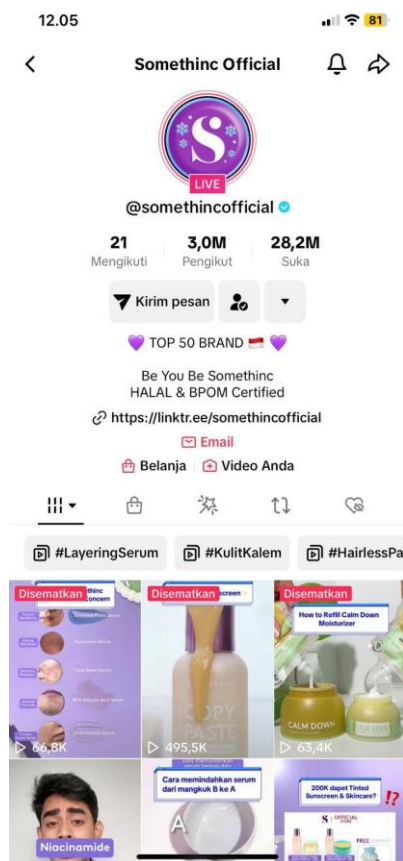
Tidak mengherankan jika TikTok, yang perusahaan induknya berbasis di Tiongkok, adalah pasar yang sukses untuk penjualan live streaming. Berbeda dengan platform lain, pengguna TikTok hampir dua kali kemungkinan besar telah membeli produk yang mereka lihat di aplikasi, dengan sebanyak 67% pengguna yang mengatakan TikTok menginspirasi mereka untuk berbelanja meskipun mereka tidak bermaksud melakukannya.

Salah satu bisnis cosmetics/skincare yang memanfaatkan fitur dari live shopping ini dan tentunya digemari para remaja Wanita khususnya yaitu salah satu Brand terkenal yaitu Somethinc.official merupakan salah satu bisnis di bidang kecantikan khususnya skincare yang digunakan Wanita untuk merawat wajahnya. Somethinc kini sebagai pelopor merek kosmetik halal di Indonesia yang bahkan kini telah memulai untuk go international, sehingga merek ini terus melakukan pengembangan dan beradaptasi hingga kini telah memiliki tiga kategori produk, yaitu skincare, make up, serta tools kecantikan

Somethinc merupakan salah satu brand kecantikan lokal Indonesia yang memproduksi skincare, make up hingga tools kecantikan. Somethinc didirikan pada 2019 oleh Irene Ursula karena terinspirasi dari krisis pemilihan produk make up dan skincare yang memiliki kualitas tinggi oleh kaum milenial. Untuk

mewujudkan impian para wanita agar dapat tampil cantik namun tetap memiliki kulit wajah yang sehat, Somethinc merilis produk skincare dan make up dengan kualitas tinggi berstandar internasional namun tetap aman dan halal digunakan. Dalam kurun waktu dua tahun, Somethinc tumbuh pesat dan berhasil meraih Top 1 pangsa pasar perawatan kulit terbesar di Shopee. Somethinc juga menjadi merek perawatan kulit terlaris #1 di Shopee yang dinobatkan sebanyak sembilan kali berturut-turut pada tahun 2021.

Dan Somethinc sebagai brand kosmetik berhasil masuk dalam jajaran Top 50 Brand Indonesia.



Gambar 1.3 Profil somethinc official

Somehinc memiliki akun TikTok dengan nama @somehincofficial. Akun TikTok tersebut memiliki jumlah followers sebanyak 30 juta dan jumlah likes sebanyak 28,2 juta yang artinya konten-konten yang dibuat oleh Somehinc disukai oleh banyak orang. Dalam postingan tersebut terlihat bahwa Somehinc mempublikasikan produk-produknya dengan ide-ide yang menarik dan juga bersifat informatif, sehingga diharapkan postingan-postingan tersebut dapat menarik perhatian konsumen dan calon konsumen.

Somehinc juga memiliki berbagai rangkaian produk skincare untuk merawat dan memenuhi kebutuhan kulit. Rangkaian dari produk tersebut antara lain adalah Facial wash, Toner, Serum Wajah, Moisturizer (pelembab wajah), Eye cream, Sunscreen, Face mask, dan Lip scrub. Rangkaian produk dari Somehinc tersebut tentunya memiliki variasi produk yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan kulitnya, seperti perawatan untuk kulit kusam, perawatan untuk kulit berjerawat, dan perawatan untuk kulit berminyak.

Somehinc memiliki berbagai rangkaian produk make up untuk menunjang penampilan seseorang agar semakin menarik. Rangkaian dari produk tersebut antara lain adalah Foundation, Cushion, Loose Powder, Contour, Eyeshadow, Gambar 2 2 Rangkaian Produk Skincare Somehinc Sumber: somehinc.com, 2023 Gambar 2 3 Rangkaian Produk Make Up Somehinc Sumber: somehinc.com, 2023 59 Eyebrow pencil, Eyeliner, Blush on, Highlighter, Lip tint, dan Setting spray. Rangkaian produk make up dari Somehinc memiliki variasi warna produk yang berbeda-beda sesuai dengan warna kulit, dan warna bibir yang diinginkan konsumen.



Somehinc memiliki berbagai rangkaian tools kecantikan yang digunakan untuk membantu dalam mengaplikasikan make up ke wajah. Rangkaian dari produk tools kecantikan yang dimiliki Somehinc antara lain adalah brush set yang dapat digunakan untuk membantu mengaplikasikan blush on, eyeshadow, highlighter dan loose powder ke wajah. Rangkaian tools kecantikan yang kedua adalah beauty blender yang dapat digunakan untuk meratakan foundation pada wajah, dan yang terakhir adalah cushion puff yang dapat digunakan untuk mengaplikasikan cushion ke wajah.

TikTok Shop adalah fitur yang memungkinkan bisnis menampilkan produk dan menjualnya langsung dari aplikasi TikTok. Fitur ini memungkinkan bisnis menautkan ke toko online atau menampilkan produk di dalam aplikasi TikTok. Pengguna TikTok dapat melihat produk yang dijual oleh bisnis yang menggunakan fitur ini dan langsung melakukan pembelian di dalam aplikasi. Untuk menggunakan TikTok Shop, bisnis harus terlebih dahulu mendaftar dan memenuhi syarat yang ditetapkan oleh TikTok. Setelah terdaftar, bisnis dapat menambahkan produk ke dalam TikTok Shop dan menautkan ke toko online atau menampilkan produk di dalam aplikasi. Bisnis juga dapat menggunakan fitur "Shop Now" yang tersedia di TikTok untuk menautkan ke toko online atau menampilkan produk di dalam aplikasi.

Fitur TikTok Shop dapat menjadi cara yang efektif untuk mempromosikan dan menjual produk di TikTok, terutama jika bisnis Anda menargetkan pengguna muda yang merupakan kelompok demografis di platform tersebut. Pastikan untuk membuat konten yang menarik dan unik untuk mempromosikan produk Anda di

TikTok dan memanfaatkan fitur yang tersedia untuk memaksimalkan marketing bisnis di platform tersebut. Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti memilih untuk melakukan penelitian yang berjudul ‘‘ Fenomena Daya Beli Mahasiswa Fisip Unpas Dalam Media Sosial Tiktok Shop’’ dengan alasan peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana fenomena yang terjadi pada pengguna yang aktif dengan daya belinya memanfaatkan fitur terbaru dari Tiktok ini yaitu, Tiktok Shop yang digunakan sebagai sarana berbelanja online dengan mudah. Tiktok Shop dalam merangsang pembelian produk menyediakan voucher gratis ongkir dengan didukung promosi penjualan dari toko, selain itu Tiktok Shop juga menyediakan voucher cashback, diskon, buy one get one dan lain-lain, Selain itu di Tiktok Shop juga harganya lebih murah dan tersedia voucher potongan harga sehingga konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian di Tiktok Shop. Hal ini sejalan dengan penelitian Wiwik Cahyani dan Raya Sulistyowati (2021:1058) menjelaskan bahwa promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Tiktok telah memengaruhi pembelian konsumen secara signifikan dengan model ‘‘putaran tak terbatas’’ unik yang membina hubungan merek-konsumen yang langgeng. Dampak Tiktok terhadap perilaku pembelian konsumen tidak dapat diabaikan, 71,2% pengguna berbelanja saat menemukan sesuatu yang muncul di feed mereka, sementara 58% mengatakan mereka menggunakan Tiktok untuk mendapatkan inspirasi belanja dalam pembelian barang di dalam media sosial Tiktok Shop

## **1.2 Fokus Penelitian**

Sehubungan dengan luas nya pembahasan mengenai penelitian yang akan di teliti, maka peneliti memfokuskan penelitian yang berkaitan dengan tujuan penelitian itu sendiri yaitu **“Bagaimana Fenomena Pembelian Barang Pada Mahasiswa Fisip Unpas Dalam Media Sosial Tiktok Shop (Studi Fenomenologi Dalam Penggunaan Tiktok Shop di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas).**

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pada konteks dari penelitian yang dilakukan, maka permasalahan dalam penelitian ini yang akan di bahas adalah:

- a) Bagaimana motif pengguna Tiktok Shop dalam berbelanja online dikalangan mahasiswa Fisip Unpas untuk pembelian barang?
- b) Bagaimana tindakan pengguna Tiktok Shop dalam berbelanja online dikalangan mahasiswa Fisip Unpas untuk pembelian barang?
- c) Bagaimana makna pengguna Tiktok Shop dalam berbelanja online dikalangan mahasiswa Fisip Unpas untuk pembelian barang?

## **1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a) Untuk mengetahui motif mahasiswa Fisip Unpas menggunakan Tiktok Shop untuk berbelanja online dalam pembelian barang

- b) Untuk mengetahui tindakan mahasiswa Fisip Unpas menggunakan Tiktok Shop untuk berbelanja online dalam pembelian barang
- c) Untuk mengetahui makna mahasiswa Fisip Unpas menggunakan Tiktok Shop untuk berbelanja online dalam pembelian barang

### **1.4.2 Kegunaan Penelitian**

Diharapkan dengan dibuatnya penelitian ini dapat memberikan wawasan, kegunaan dan manfaat baru bagi ilmu pengetahuan, khusus nya ilmu komunikasi. Diharapkan juga penelitian dapat memberikan kegunaan secara teoritis dan praktis mengenai penelitian yang dilakukan peneliti. Diuraikan sebagai berikut :

#### **a. Kegunaan Teoritis**

1. Sebagai bahan dalam pengkajian perkembangan ilmu. Khusus nya dalam penelitian deskriptif kualitatif
2. Hasil penelitian diharapkan memberikan manfaat dan wawasan baru guna untuk memperkaya kepustakaan dalam bidang teori fenomenologi dengan mengambil pengguna media sosial khususnya tiktok.
3. Diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan bahan informasi bagi pihak yang memiliki masalah terkait dengan masalah yang diteliti.

#### **b. Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini memberikan dan menambahkan wawasan mengenai pengetahuan dalam bidang ilmu fenomenologi sebagai teori dalam ilmu komunikasi.

2. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai salah satu sumber pengetahuan dan materi masukan dan penambahan pemikiran untuk wawasan dalam bidang ilmu komunikasi.
3. Untuk menambah khasanah teori dalam dunia digital ilmu komunikasi dalam pembelian melalui media sosial
4. Dengan mempelajari teori ini media sosial bisa dijadikan transaksi dalam pembelian online