

Monetisasi Media Sosial di Tiktok

¹Diana Novita, ²Murniyati ³Wisti Dwi Septiani, ⁴Indah Puspitorini
Universitas Esa Unggul, Universitas Bina Sarana Informatika
Jakarta, Indonesia

diana.novita@esaunggul.ac.id, murni.mni@bsi.ac.id, wisti.wst@bsi.ac.id
indah.itn@bsi.ac.id

*Penulis Korespondensi

Diajukan : 29/10/2022
Diterima : 7/11/2022
Dipublikasi : 7/11/2022

ABSTRAK

Istilah "monetasi" atau "monetasi" adalah salah satu dari beberapa frasa yang terkait dengan perdagangan online yang muncul seiring dengan kemajuan teknologi internet. Bagi orang yang ingin menghasilkan uang ekstra secara online, monetisasi sangat membantu. Saat ini, kata "monetasi" sering digunakan untuk merujuk pada praktik menghasilkan uang di situs media sosial seperti Facebook, YouTube, Instagram, Tiktok, dan lain-lain. Dengan demikian, monetasi setara dengan aktivitas yang diperlukan untuk menghasilkan pendapatan. Namun, situs web dan e-commerce adalah saluran lain tempat monetasi dapat dilakukan. Kami ingin membahas bagaimana monetasi bermanfaat bagi semua pengguna media sosial dalam hal ini para online shop. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektifitas yang telah dilakukan para pemilik online shop untuk menambahkan pendapatannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dalam mengolah kuesioner yang kami lakukan. Kami mengambil 100 orang sebagai populasi kami dan jumlah orang yang mengisi kembali kuesioner tersebut ada 54 orang. Sampel yang kami ambil adalah orang – orang yang memiliki toko online di Tiktok. Mereka rata – rata pejuang affiliate.

Kata Kunci: Monetasi, Tiktok, Online shop

I. PENDAHULUAN

Era digital, sebuah masa yang tidak bisa lepas dengan dunia internet. Berbagai aktivitas dilakukan secara digital atau pun online. Era digital membuat orang meleak internet, meleak teknologi, meleak informasi terbaru. Sekarang pun banyak usaha yang merambah ke marketing online. Baik itu usaha perseroan maupun perusahaan. Tak sedikit toko yang hanya berjualan online. Popularitas media sosial telah berkembang, tetapi bukan hanya karena cara pengguna berinteraksi dengannya, tetapi juga karena cara pengguna mencari uang. Dengan menyediakan ruang iklan dan memungkinkan cukup banyak orang untuk mengakses konten media sosial. Pesatnya perkembangan teknologi membawa dua implikasi dilematis bagi praktik pelaku dunia online. Teknologi dapat mendukung penyebaran produk yang berkualitas. Namun, juga mengancam kualitasnya, apalagi kualitas produk juga diukur dari kuantitas pembelinya. Oleh karena itu, industri barang mengeksplorasi potensi untuk mengembangkan aliran pendapatan. Meski demikian, produk juga bersaing dengan popularitas dan kecepatan media sosial di saat yang bersamaan. Monetisasi melalui YouTube sebagai praktik penjualan online melalui media sosial adalah sebuah peluang. Sinergi kekuatan dan karakteristik platform YouTube dengan proses kreatif dalam pengemasan konten menciptakan kemasan vlog informatif, menarik, dan menguntungkan. (Casaló & Flaviánb, Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership, 2020)

Analisis Hukum Islam terhadap Pemanfaatan Data Pengguna oleh Facebook dalam Rangka Monetisasi dengan tujuan untuk menjawab rumusan masalah : (1) Bagaimana praktik pemanfaatan data pengguna oleh Facebook dalam Rangka Monetisasi. (2) Bagaimana analisis

hukum Islam terhadap pemanfaatan data pengguna oleh Facebook dalam rangka monetisasi. Monetisasi Media Sosial juga menghasilkan pendapatan. Namun, platform media sosial seperti Tiktok atau Instagram juga mengumpulkan informasi dan data pengguna untuk membuat iklan bertarget dan kampanye pemasaran selain menampilkan iklan. (Casaló & Flaviánb, Be creative, my friend! Engaging users on Instagram by promoting positive emotions, 2021) Melalui platform AdSense dan Adwords, Google dapat menargetkan iklan dan menjual data Anda. Saat Anda menonton video di Tiktok, perusahaan yang menawarkan saran mungkin dapat menyiarkan lokasi Anda. Status virtual saat ini adalah mata uang paling berharga di dunia bagi sebagian besar karyawan yang bekerja di industri hiburan dan pebisnis. Jumlah pengikut dalam kelompok sosial membantu mereka memprediksi siapa yang akan bekerja untuk mereka dan berapa banyak uang yang akan mereka hasilkan. Followers yang banyak juga penting bagi mereka yang disebut sebagai media personality atau influencer di media sosial. Semakin banyak orang yang menjadi korban influencer, semakin banyak uang yang mereka terima. Menurut bisnis yang menghubungkan influencer dengan pelanggan yang menghargai mereka, influencer dengan 100.000 pengikut dapat mengenakan tarif tetap sebesar US\$2.000 (Rp 27,2 juta) untuk tweet promosi, sementara influencer dengan satu juta pengikut diperkirakan mengenakan biaya \$20.000. Ketenaran sejati sering digambarkan sebagai influencer media sosial yang juga terkait karena fakta bahwa masyarakat umum menikmati dan terlibat dengan film bintang, selebriti seksi, dan model favorit mereka di media sosial. Jalan Pintas masih ada. Cara menjaring pengikut dalam jumlah besar dapat diberikan dengan konten yang unik dan menarik, mengikuti tren, kreatif, dan tak kalah pentingnya adalah konsisten. (Handayani & Martini, 2014)

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang.

Secara garis besar, Aplikasi TikTok adalah aplikasi untuk membuat dan menyebarkan beragam video pendek dalam format secara vertikal, yang dimainkan hanya dengan men-*scroll* layar ke atas maupun ke bawah. Menariknya aplikasi TikTok ini ternyata adalah hasil dari akuisisi ByteDance, sebuah perusahaan media China yang mengakuisisi Musical.ly dengan harga 1 Miliar US dollar pada tahun 2018. (Rusdiono, 2019) Uniknya di China sendiri TikTok bernama Douyin. Kemudian setelah itu TikTok terus tumbuh secara perlahan dan mulai mengglobal. Dengan aplikasi yang kelebihanannya menggunakan musik tanpa perlu takut terkena hak cipta pemiliknya, algoritma dari TikTok pula yang membuat aplikasi ini semakin populer, berbeda dengan Youtube atau Instagram, algoritma TikTok bisa menyebarkan konten pengguna siapapun tanpa melihat jumlah pengikutnya dengan mempelajari kebiasaan para pengguna aktif lebih cepat dari aplikasi lain, yang dinamakan "*For Your Page*". (Edib, 2021)

II. STUDI LITERATUR

Tik Tok adalah platform di mana pengguna dapat mengunggah video musik dengan batas waktu terbatas. Selain dikenal dengan nama TikTok, ia juga dikenal sebagai Douyin, sebuah video bergaya vibrato. Pada September 2016, TikTok pertama kali dikenal dan diluncurkan. Saat ini aplikasi ini banyak digunakan di Indonesia. Tapi tetap saja, banyak orang saat ini menganggap pengguna TikTok hanya sebagai lapisan. Mengenai aplikasi saat ini, tidak ada yang berfungsi dengan baik. Ada beberapa contoh konten negatif di seluruh buku yang tidak boleh ditujukan kepada anak kecil. Di masa depan, pengguna Indonesia akan dapat mengakses TikTok lagi. (HW, 2022) Ini terjadi setelah Tim TikTok melakukan negosiasi dan Saat ini, peluang untuk

mendapatkan uang dari media sosial semakin langka. Beberapa platform jejaring sosial menyediakan cara praktis untuk menerima uang menggunakan sistem monetisasi atau monetisasi. YouTube, Tiktok, dan Instagram adalah contohnya. Metode untuk mengubah sesuatu menjadi uang, secara umum, paling erat kaitannya dengan monetisasi. Lalu bagaimana cara menghasilkan uang?

TikTok diciptakan oleh Zhang Yiming, yang juga merupakan pendiri Toutiao. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat membuat video musik mereka sendiri yang secara akurat mengekspresikan siapa mereka. Anda dapat menggunakannya untuk berbagi cerita, memberikan pidato motivasi, berbagi informasi yang relevan, melakukan tarian, unjuk bakat, atau berbagai hal lainnya. Tergantung pada masing-masing individu, manfaat dapat digunakan dengan cara yang positif atau negatif. (Jerasa & Boffone, 2021)

Salah satu tujuan utama Tik Tok adalah menumbuhkan kreativitas pada penggunanya. Namun sejak awal, aplikasi ini dibangun dengan menggunakan konsep video music. Tergantung pada kreativitas Anda, Anda dapat mengedit atau membuat konten apa pun. Anda dapat membuat gerakan tari sendiri jika Anda benar-benar menginginkannya. Anda juga dapat menggunakan emoji jika Anda ingin membuat ekspresi Anda sendiri. Sedih, tertawa, bahkan melakukan tindakan yang halal di TikTok.

Metode dasar monetisasi adalah konversi sesuatu menjadi uang. Monetisasi memiliki beberapa artifak yang sedikit berbeda di dunia media sosial dan media digital. Monetize adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang memiliki website atau akun media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, atau YouTube. (Bilqisth, 2022) Kemudian mereka mulai menggunakan platform tersebut untuk mendapatkan uang. Ada beberapa opsi cara menghasilkan uang di setiap platform. Misalnya lewat endorsement, adsense, partnership, dan cara lainnya.

Namun, akun media sosial atau situs web tidak dapat didaftarkan untuk iklan berbayar. Seorang pengguna harus menerima beberapa syarat dan ketentuan dari platform atau organisasi yang menawarkan monetisasi agar akun mereka mencapai posisi yang dimonetisasi.

Saat ini, telah diperjelas bahwa tidak semua permintaan uang akan dikabulkan. Beberapa orang mungkin bisa mengalami kunjungan. Agar berhasil, satu-satunya cara aman untuk menghasilkan uang secara online adalah dengan membuat dan mengembangkan konten secara konsisten. (Social Media Journalism: Monetisasi Berita di YouTube melalui News Vlog Packaging, 2021) Berikut adalah beberapa saran yang dapat Anda gunakan untuk memastikan keberhasilan permintaan monetisasi Anda, yaitu:

- Pertimbangkan alasan Anda membuat situs web.
- Buat konten orisinal.
- Pilih platform media sosial yang andal.
- Konsistensi dalam membuat konten yang berharga
- Luncurkan strategi yang menguntungkan.

Saat ini, TikTok adalah platform media sosial paling populer di kalangan masyarakat umum. Akibatnya, TikTok sangat mudah untuk Anda monetisasi karena pendeknya video konten-konten dinilai sangat bagus dan sederhana untuk meningkatkan lalu lintas.

Membandingkan TikTok dengan platform lainnya malah membuatnya semakin unik, TikTok itu seperti "Youtube" yang konsisten dalam konten berbentuk video, TikTok juga seperti Facebook dan Twitter yang menu utamanya langsung menuju "Feeds" orang-orang lain yang di TikTok juga dinamakan sebagai menu "For Your Page" yang mudah untuk dinikmati. (Jaakkola, 2022) TikTok pun seperti Netflix dalam memberikan konten kepada penggunanya melalui algoritma rekomendasi bukan melalui *Friends* atau *Followers*. Dan juga TikTok seperti Snapchat dan Instagram yang hanya dapat diproduksi dengan *smatphone* kita. Pada akhirnya TikTok merupakan sosial media yang unik sekaligus platform sosial media pertama yang menggabungkan

banyak karakteristik sosial media lain dalam satu aplikasi, yang membuat TikTok menjadi hawa baru untuk dunia sosial media pada dekade yang baru ini. TikTok perlahan akan mengubah cara kita bersosial media, bahkan jika kita menghindarinya

III. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan atau kuesioner mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan. Metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. (Sugiyono, 2014)

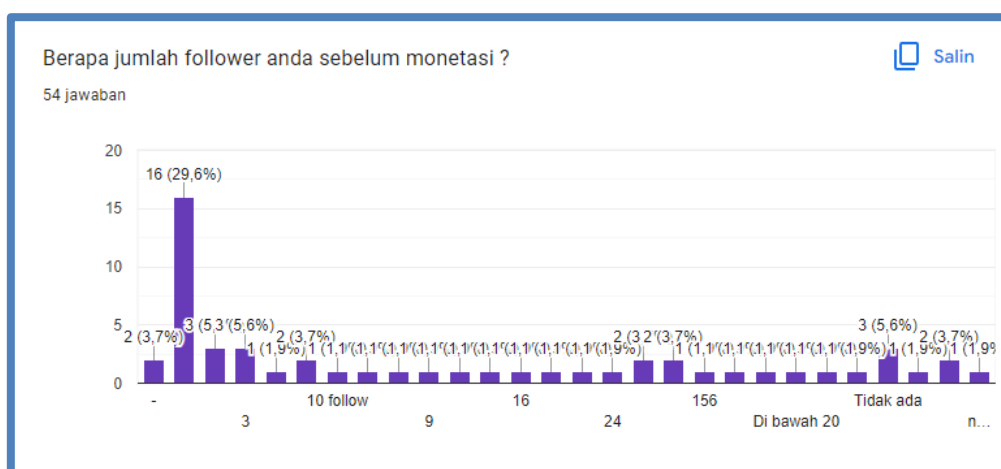
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kuesioner yang dibuat, didapatkan hasil sebagai berikut :



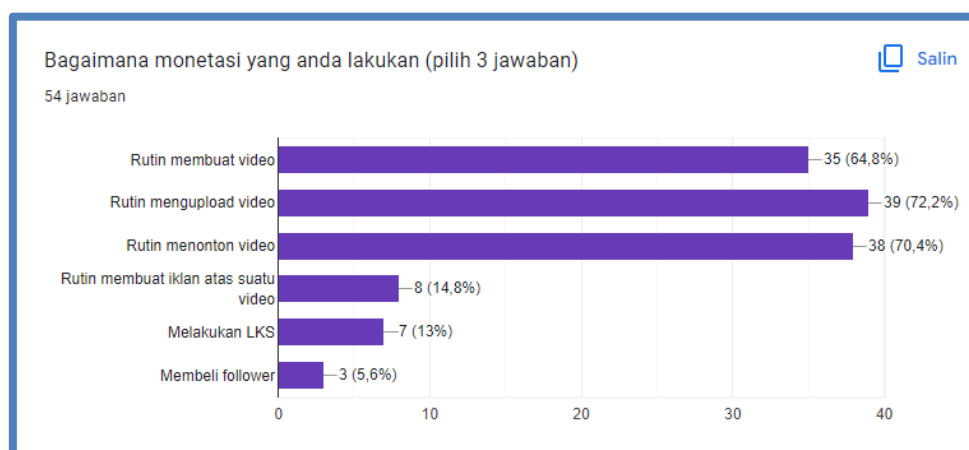
Gambar 4.1 data responden (54 orang responden)

Dari table 4.1 dapat kita lihat, bahwasannya rersponden yang kami dapatkan sampelnya hanya 54 orang dari 100 orang yang kami data dan hasilnya valid.



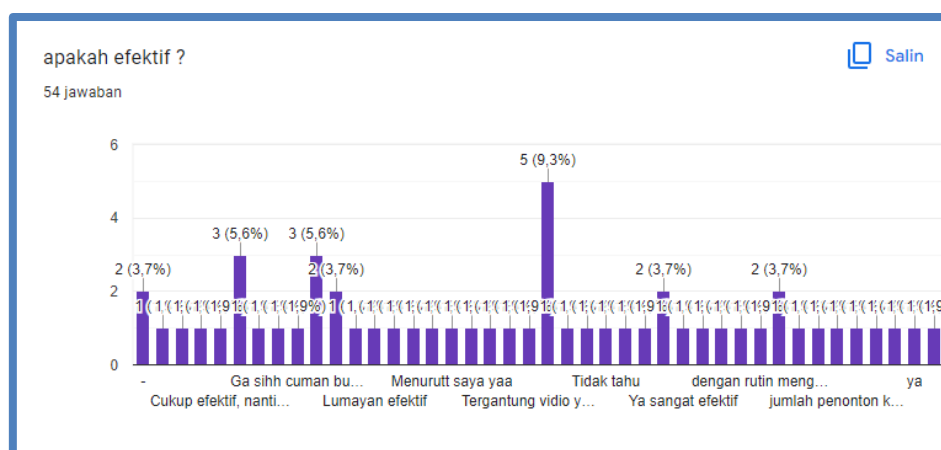
Gambar 4.2 data follower responden

Dari table 4.2 kita dapat mengetahui berapa jumlah follower yang dimiliki responden sebelum mereka melakukan monetasi.



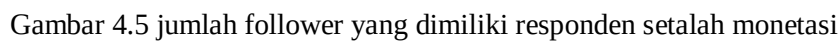
Gambar 4.3. cara monetasi yang dilakukan responden

Dari table kita dapat melihat bagaimana mereka melakukan monetasi pada akun mereka. Terlihat bahwa monetasi yang mereka lakukan ada yang bersifat organik dan ada juga yang unorganik. Jika merujuk kepada algoritme tiktok itu sendiri, alangkah lebih baik jika melakukan monetasinya secara organik.



Gambar 4.4. Hasil monetasi yang dilakukan responden

Jika kita melakukan monetasi dengan cara unorganik, maka konsekuensi yang harus kita terima adalah proses monetasinya menjadi tidak efektif karena algoritme tiktok akan membacanya menjadi sebuah akun yang lebih banyak bot nya dibandingkan akun – akun asli yang mengikuti akun tersebut.



V. KESIMPULAN

VI. REFERENSI

- Bilqisth, H. (2022). *Analisis hukum Islam terhadap pemanfaatan data pengguna oleh Facebook dalam rangka monetisasi*. Malang: Repository UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Casaló, L. V., & Flaviánb, C. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research*, 510-519.
- Casaló, L. V., & Flaviánb, C. (2021). Be creative, my friend! Engaging users on Instagram by promoting positive emotions. *Journal of Business Research*, 416-425.
- Edib, L. (2021). *Menjadi Kreator Konten Di Era Digital*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Handayani, S., & Martini, I. (2014). Model Pemasaran Di Era New Wave Marketing. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 21(36), 1-12.
- HW, A. (2022). *Konflik Hak Cipta Dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok Oleh Para Tiktokers (Studi Pengalaman Tiktokers Dalam Unggahan Konten Video)*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Jaakkola, M. (2022). *Reviewing Culture Online*. Sweden: Palgrave Macmillan Cham.
- Jerasa, S., & Boffone, T. (2021). TikTok, Digital Literacies, and Out-of-School Reading Practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 10(02), 43-59.
- Rusdiono, R. (2019). Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online Shop Pada Online Shop Antler MakeUp. *WIDYA CIPTA*, 3(2), 195-202.
- Social Media Journalism: Monetisasi Berita di YouTube melalui News Vlog Packaging. (2021). *Dialektika Komunika*, 09(01), 50-62.
- Sugiyono, S. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Alfabeta. Bandung: Alfabeta.