

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Dan Perkembangan Tiktok

TikTok merupakan aplikasi berbasis video pendek yang dikembangkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, *ByteDance Ltd.*, pada tahun 2016. Aplikasi ini awalnya dikenal dengan nama *Douyin* untuk pasar domestik Tiongkok, kemudian diluncurkan secara global dengan nama *TikTok* pada tahun 2017. Sejak penggabungannya dengan aplikasi *Musical.ly* pada tahun 2018, TikTok mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi salah satu platform media sosial paling populer di dunia hingga saat ini, termasuk di Indonesia. TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan video berdurasi pendek dengan latar musik, efek visual, serta fitur interaktif lainnya. Fitur-fitur tersebut membuat TikTok menjadi platform yang tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga digunakan untuk edukasi, promosi, dan aktivitas bisnis digital.⁵³ TikTok juga menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan produk dan layanan melalui fitur-fitur *live streaming* dan interaktivitasnya, yang dapat mempengaruhi niat pembelian pengguna.⁵⁴

⁵³ Diki Affandi and Isna Wijayani, "Social Media as Self Existence in Students Using Applications," *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 2, no. 3 (2022): 300–311.

⁵⁴ Herlina Herlina, Teguh Hidayatul Rachmad, and Yohanes Probo Dwi Sasongko, "Digital Business Communication Using TikTok Live Streaming," *Journal of Indonesian Economic Research* 2, no. 1 (2024): 19–29.

B. Fitur *Life Streaming* Tiktok

Dalam *live streaming*, tayangan video disiarkan secara langsung dari sumbernya baik menggunakan kamera maupun perangkat computer ke platform digital yang menyediakan layanan siaran langsung. Melalui teknologi ini, pengguna dapat berinteraksi secara langsung dengan penonton selama siaran berlangsung melalui berbagai fitur, seperti kolom komentar, ruang chat, maupun reaksi emoji yang memungkinkan komunikasi dua arah secara cepat dan dinamis. Kehadiran *live streaming* tidak hanya terbatas pada hiburan, tetapi juga telah meluas penggunaannya di berbagai bidang, seperti media sosial, *gaming*, Pendidikan, hingga strategi pemasaran digital. Hal ini disebabkan oleh kemampuannya dalam menjangkau audiens yang lebih luas, membangun keterlibatan secara interaktif, serta menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih personal antara pembuat konten dan penontonnya.⁵⁵

C. Gambaran Umum *Thriftling* (Pakaian Bekas Layak Pakai)

Thriftling merupakan pakaian bekas yang masih layak pakai serta memiliki nilai estetika dan ekonomi. Kegiatan ini menjadi tren di kalangan generasi muda karena menawarkan produk bergaya dan berkualitas dengan harga terjangkau. Selain memberikan manfaat finansial, *thriftling* juga

⁵⁵ Fabio Jayadharma and Budi Setiawan, "Live Streaming TikTok Bagi Generasi Z Dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Di Kawasan Kota Tua DKI Jakarta," : *Jurnal Sosial dan Humaniora* 8, no. 3 (2024): 121–130.

mendukung pola hidup berkelanjutan melalui pengurangan limbah tekstil dan pemanfaatan kembali barang. Di lingkungan mahasiswa, aktivitas ini berkembang menjadi peluang usaha kreatif yang dapat dijalankan secara fleksibel, baik secara langsung maupun lewat platform digital seperti TikTok *Live*, untuk menambah penghasilan tanpa membutuhkan modal besar.⁵⁶

Usaha *thrifting* kini banyak digeluti mahasiswa karena mudah dijalankan, memerlukan biaya awal yang ringan, serta tidak mengganggu rutinitas perkuliahan. Kemampuan mereka dalam mengoperasikan media sosial menjadikan proses promosi dan penjualan lebih menarik, interaktif, dan efisien. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh tambahan pemasukan, tetapi juga mengasah kreativitas, kemandirian, serta keterampilan berkomunikasi yang dibutuhkan dalam dunia wirausaha digital.⁵⁷

D. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bengkulu, yang merupakan ibu kota Provinsi Bengkulu dan menjadi pusat kegiatan ekonomi, pendidikan, serta pemerintahan di wilayah pesisir barat Pulau Sumatra. Kota ini memiliki karakter

⁵⁶ Nika Nencyana Fadila et al., “Fenomena *Thrifting* yang Populer di Kalangan Mahasiswa,” *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan* 1, no. 3 (2023): 278–291.

⁵⁷ Annisa Fitriani et al., “Eksistensi Budaya *Thrifting* (Pakaian Bekas) Sebagai Tren Fashion Mahasiswa FKIP UNTIRTA,” *Edu Sociata (Jurnal Pendidikan Sosiologi)* 7, no. 2 (2024): 23–34.

masyarakat yang dinamis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, termasuk dalam bidang perdagangan dan kewirausahaan daring.

Bengkulu dikenal sebagai salah satu kota pendidikan di Sumatra karena memiliki banyak perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta, Keberagaman kampus tersebut menjadikan kota ini sebagai lingkungan yang potensial untuk tumbuhnya aktivitas ekonomi kreatif di kalangan mahasiswa.

Pemilihan Kota Bengkulu sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan: tingginya jumlah mahasiswa yang aktif menggunakan TikTok sebagai media usaha, meningkatnya tren *thrifting* di kalangan muda dan dukungan lingkungan sosial yang kondusif terhadap kegiatan kewirausahaan digital. Dengan demikian, kota ini dianggap representatif untuk menggambarkan strategi mahasiswa dalam mengoptimalkan fitur TikTok *Live Streaming* guna meningkatkan pendapatan di era digital.⁵⁸

E. Profil Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini berjumlah 8 orang mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Bengkulu yang aktif menjalankan bisnis *thrifting* melalui TikTok *Live*. Berikut Adalah profil informan:

1. Ade Nesa Fitri Mahasiswa dari Universitas Dehasen Prodi Administrasi Publik, semester 7.

⁵⁸ Fadila et al., “Fenomena *Thrifting* yang Populer di Kalangan Mahasiswa.” Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan Vol.1, No.3 Juli 2023

2. Aulia Rahmi Mahasiswa Universitas Bengkulu Prodi Jurnalistik Semester 9.
3. Elsa Mahasiswa Muhammadiyah Bengkulu Prodi Sosiologi Semester 7
4. Aliffia Azharatunnisa Mahasiswa UINFAS Bengkulu Prodi PGMI Semester 3
5. Pauta Sapa Ardesta Mahasiswa UINFAS Bengkulu Prodi Ekonomi Syariah Semester 7
6. Wenni Septa Fouriza Mahasiswa Stikes Sapta Bakti Semester 5
7. Fitri Indah Lestari Mahasiswa UINFAS Bengkulu Prodi Ekonomi Syariah Semester 7
8. Zahra Aulia Mahasiswa Prof.Dr Hazairin SH Prodi Maanajemen Semester 9.

