

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang memberikan kemungkinan bagi para penggunanya untuk dapat membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit yang didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. Pada awalnya TikTok diluncurkan bukan dengan nama TikTok. Pada bulan September tahun 2016, ByteDance, sebuah perusahaan yang berbasis di China, meluncurkan sebuah aplikasi video pendek yang memiliki nama Douyin. Douyin dapat memiliki pengguna sebanyak 100 juta pengguna dan tayangan video sebanyak 1 miliar tayangan setiap harinya hanya dalam jangka waktu 1 tahun. Oleh karena kepopuleritasnya yang meningkat dengan pesat, ByteDance memutuskan untuk memperluas jangkauan Douyin hingga ke luar China dengan nama baru, yaitu TikTok (Berita Hari Ini, 2020).

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

2.1.1.1 Visi Perusahaan

TikTok memiliki visi untuk menjadikan TikTok platform Social Commerce nomor satu di dunia yang dapat menghubungkan semua orang dari berbagai penjur dunia tanpa ada batasan.

2.1.1.2 Misi Perusahaan

Misi Perusahaan TikTok adalah untuk menangkap dan menghadirkan kreativitas, pengetahuan, dan momen dunia yang penting dalam kehidupan sehari-hari. TikTok memungkinkan setiap orang untuk menjadi kreator dan mendorong pengguna untuk membagikan gairah dan ekspresi kreatif mereka melalui video.

TikTok memiliki misi untuk menangkap dan menghadirkan kreativitas, pengetahuan, dan momen dunia yang penting dalam kehidupan sehari-hari. TikTok memungkinkan setiap orang untuk menjadi kreator dan mendorong pengguna untuk membagikan gairah dan ekspresi kreatif mereka melalui video.

2.1.2 Logo Perusahaan



(Sumber Dokumen Perusahaan, 2022)

Gambar 2.1 Logo Perusahaan TikTok

Logo TikTok sendiri memiliki makna tersendiri yaitu didasarkan padahuruf d, bergaya sebagai not musik. Seperti yang orang ketahui, nama platform Cina Douyin, yang merupakan nenek moyang TikTok, dimulai dengan d. Pada saat yang sama, gambar didasarkan pada efek tremolo – para seniman mencoba menyampaikan getaran suara menggunakan kombinasi warna yang tidak biasa. Douyin sendiri memiliki arti musik yang bergetar, yang menggambarkan aplikasi TikTok itu sendiri.

2.2 Nilai dan Budaya Perusahaan

Nilai dan Budaya Perusahaan TikTok dibagi menjadi 6 point utama, yaitu : *Always Day 1, Be Candid and Clear, Be Courageous and Aim for The Highest, Champion Diversity & Inclusion, Seek Truth and be Pragmatic, dan Grow Together.* Kegiatan ataupun aktivitas didalam TikTok biasa disebut *Bytelife* dimana *employee* TikTok sering menggunakan *#LifeatBytedance*. Setiap *Employee* TikTok diwajibkan menerapkan ke-6 budaya perusahaan tersebut yang memiliki penjelasan seperti berikut :

1) *Always Day 1*

Always Day 1 adalah tentang memiliki dan mempertahankan pola pikir kewirausahaan yang mendorong kita untuk terus merintis dan berinovasi. Ini tentang tetap gesit tetapi juga efisien karena kami menemukan cara untuk meminimalkan langkah, proses, dan prosedur yang tidak perlu. *Always Day 1* juga tentang memiliki kemampuan untuk menerima perubahan dan memiliki pola pikir yang tangguh, sambil melihatnya sebagai peluang dengan berfokus pada tujuan jangka panjang.

2) *Champion Diversity and Inclusion*

Champion Diversity and Inclusion adalah tentang menyambut dan menerima orang apa adanya, memahami dan menghargai perbedaan mereka. Ini tentang pemahaman bahwa orang-orang berasal dari budaya yang berbeda dan mungkin memiliki pandangan dan pengalaman yang berbeda. Ini juga tentang mempercayai orang lain dan memiliki pola pikir positif bahwa setiap orang memiliki niat baik, yang pada gilirannya akan mendorong kolaborasi yang efektif.

3) *Be Candid and Clear*

Be Candid and Clear memiliki beberapa penjelasan seperti berikut ,luapkan pikiran Anda. Mengungkapkan masalah secara terbuka. Hindari "Mengelola", Jadilah akurat, ringkas, dan lugas. Hindari penggunaan jargon

atau istilah yang rumit secara berlebihan. Dorong komunikasi dan bentuk kesimpulan dengan fakta, bukan asumsi ataupun emosi.

4) ***Seek Truth and Be Pragmatic***

Seek Truth and Be Pragmatic memiliki arti, Jadilah orang memiliki pemikiran yang mandiri. Dapatkan segala sesuatu hingga ke dasarnya. Saring ide-ide ke kebenaran mendasar mereka. Menyelam jauh ke dalam fakta. Carilah pengalaman langsung dan data serta informasi langsung. Tetap menjadi orang yang bijaksana dan fokus pada dampak nyata.

5) ***Be Courageous and Aim For The Highest***

Di Dalam ruang lingkup kerja Start-up tidak jarang menemukan pilihan-pilihan atau keputusan-keputusan yang besar dan beresiko. Perusahaan TikTok menjunjung tinggi agar employee dapat berpikir kritis dan berani mengambil resiko besar dengan pertimbangan guna mencapai tujuan yang lebih besar.

6) ***Grow Together***

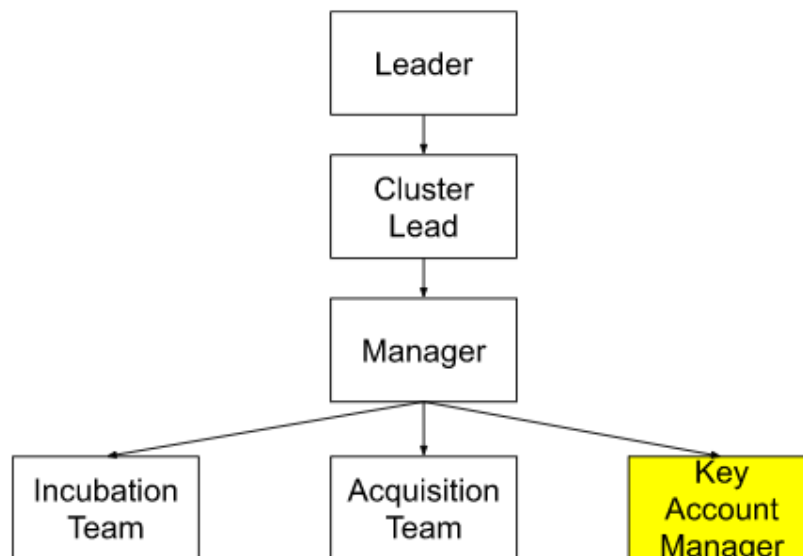
TikTok Ingin employee-nya tidak hanya sekedar bekerja saja, akan tetapi TikTok ingin agar setiap bagian dari TikTok dapat berkembang dan juga bertumbuh bersama menjadi lebih baik.

2.3 Tempat dan Kontak Perusahaan

Alamat kantor ByteDance berada di ByteDance Ltd, South Jakarta. Atau Gandaria Office Tower 22 lantai Unit C, Jl. Sultan Iskandar Muda No. 10, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, kode 12240, Indonesia. Kontak dan media sosial ByteDance sebagai berikut:

- 1) No. Telpn : (021) 29036488
- 2) Website : <https://www.tiktok.com/>
- 3) Instagram : tiktok
- 4) Facebook : tiktokindonesia.official
- 5) Twitter : @tiktokIDN
- 6) Youtube : TikTok
- 7) TikTok : tiktok
- 8) Linkedin : TikTok

2.4 Struktur Perusahaan



(Sumber Dokumen Perusahaan, 2022)

Gambar 2.2 Struktur jabatan Tiktok

Seperti yang bisa di lihat pada bagan di atas, TikTok di pimpin oleh Kevin Gao sebagai *Leader* TikTok untuk negara Indonesia. Tiap divisi nya memiliki pimpinan nya sendiri dan *job desc* masing- masing sebagai berikut :

1. *Incubation Team* memiliki jobdesc untuk memperlengkapi seller dengan training dan support guna meningkatkan penjualan, melakukan monitoring terhadap perkembangan seller.
2. *Acquisition Team* memiliki jobdesc untuk mengakuisisi seller yang belum bergabung dengan TikTok Shop
3. *Key Account Manager Team* memiliki jobdesc untuk melakukan monitoring dan juga meningkatkan sales para seller di TikTok Shop

2.5 Ruang Lingkup Kerja Divisi Key Account Manager di Tiktok Shop

Key Account Manager di TikTok memiliki tugas yang tidak sedikit, antara lain adalah untuk melakukan dari tahap akuisisi *merchant* hingga monitoring perkembangan sales seller di TikTok Shop. Key Account Manager juga bertanggung jawab dengan laporan evaluasi mingguan yang akan dirapatkan setiap minggu. Didalam TikTok Shop sendiri terdiri dari berbagain Category Team yang berbeda, setiap category team memiliki reporting manager masing-masing yang akan memonitor kinerja setiap Key Account Manager category tersebut. Penulis bekerja sebagai *Key Account Manager* untuk *Category Electronic* dibawah naungan Shimin Huang selaku *Category Manager* untuk Electronic khususnya *Home Appliances*.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA