

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman sudah semakin berkembang, manusia telah hidup berdampingan dengan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi memberikan manfaat yang cukup besar. Banyak sekali media baru yang memberikan banyak kemudahan bagi manusia. Menurut Holmes (2012) dalam (Latif, 2022, h. 29), istilah media baru pertama kali diperkenalkan oleh William Gibson dengan pengertian media baru merupakan medium yang membungkus komunikasi manusia dalam ruang yang dihasilkan secara elektronik. Segala sesuatu dapat dilaksanakan melalui media baru tersebut, mulai dari memesan makanan, mencari rute, hingga mencari informasi.

Manusia tidak luput dari keinginannya untuk mencari segala pengetahuan dan informasi. Dengan mencari informasi, manusia akan merasakan perasaan aman, kontrol diri, dan paham situasi. Manusia juga melaksanakan pencarian informasi guna menjalani kehidupannya. Ketika seseorang ingin mencapai atau melaksanakan sesuatu, biasanya orang tersebut akan mencari informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan untuk mempersiapkan dirinya sebelum benar-benar menjalaninya. Salah satu contohnya adalah ketika seseorang yang akan terjun ke dunia kerja, biasanya orang tersebut akan mencari segala informasi mengenai dunia kerja.

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini membuat pencarian informasi dapat dilaksanakan melalui media baru seperti media sosial.

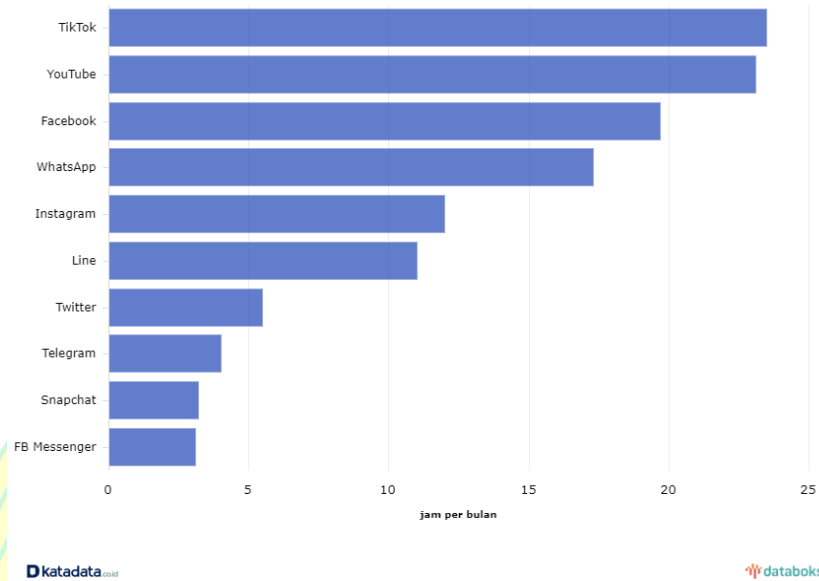
Media sosial dapat difungsikan selaku suatu sarana yang dipakai dalam berinteraksi satu sama lain (Naryakusuma & Wijaya, 2021). Pengertian media sosial dari McCay-Peet & Quan-Haase (2017:16) dalam (Eriyanto, 2021, h. 99) selaku alat berbasis web yang memungkinkan individu untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan membentuk komunitas seputar pembuatan, kolaborasi, modifikasi, berbagi, dan interaksi kepada konten yang dihasilkan oleh pemakai. Media sosial dapat diartikan dengan demokratisasi informasi, yaitu mengubah orang yang sebelumnya merupakan pembaca konten berubah menjadi pembuat atau penerbit. Hal tersebut dapat dikatakan selaku pergeseran dari mekanisme *broadcast, one-to-many*, hingga *many-to-many model* yang bermula pada percakapan para pemakai. Saat ini, sudah banyak sekali ragam media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi setiap manusia. Mulai dari Instagram, Twitter, hingga TikTok.

Bisnis digital Indonesia secara resmi telah direvitalisasi oleh TikTok, sebuah aplikasi sosial dan video asal China. Aplikasi TikTok mempunyai kemampuan untuk mengubah ponsel pemakai menjadi studio berjalan (Oktaheriyani et al., 2020), yang artinya pemakai aplikasi TikTok dapat melaksanakan perekaman dimana pun dan kapan pun. Melalui TikTok, pemakai dapat dengan mudah dan cepat membuat video pendek yang orisinal dan menarik yang kemudian dapat dibagikan kepada pengguna lainnya.

Gambar 1. 1

Rata-Rata Waktu Pemakaian Media Sosial

Rata-rata Waktu yang Dhabiskan Oleh Pengguna Media Sosial Global di Aplikasi Android Per Bulan (2022)



Sumber : katadata, 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/13/pemakai-media-sosial-global-paling-sering-habiskan-waktu-di-tiktok-ketimbang-facebook>

Sesuai dengan data yang disajikan di atas, TikTok meraih tingkat pertama dalam popularitas pemakaian media sosial. Banyak pemakai TikTok yang menghabiskan waktunya untuk mengakses video-video pendek yang unik dan menarik di TikTok. Namun, TikTok bukan aplikasi biasa, karena TikTok kini sudah mempunyai manfaat yang lebih dari itu, seperti menjadi sarana *marketing*, *branding*, kampanye, dan masih banyak lagi.

Rata-rata pemakaian bulanan TikTok oleh pemakai internet di seluruh dunia adalah 23,5 jam. Dibandingkan dengan situs media sosial lainnya, ini merupakan waktu tertinggi atau paling sering. Aplikasi YouTube, yang dipakai oleh pemakai dengan rata-rata 23,1 jam setiap bulannya, berada di

posisi kedua. Sedangkan Facebook, dengan rata-rata pemakaian 19,7 jam per bulan, menempati posisi ketiga.

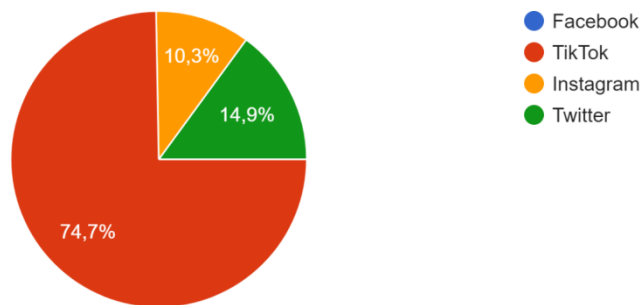
Peneliti melaksanakan pra *survey* kepada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta agar diketahui sekiranya media sosial apa yang menarik bagi mereka. Berikut di bawah ini merupakan hasil dari pra *survey* yang dilaksanakan peneliti.

Gambar 1. 2

Hasil Pra *Survey* Peneliti mengenai Media Sosial yang Paling Menarik

Menurut kamu media sosial mana yang paling menarik?

87 jawaban



Sumber : Pra *Survey* Peneliti, 2023.

Sesuai dengan gambar di atas, hasil menggambarkan bahwa paling banyak responden memilih TikTok selaku media sosial yang paling menarik. Sejumlah 74,7% dari total 87 responden memilih TikTok, 14,9% dari total 87 responden memilih Twitter, dan 10,3% dari total 87 responden memilih Instagram. Responden merupakan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta yang aktif selaku pemakai media sosial.

Peneliti juga melaksanakan pra *survey* dengan tujuan agar diketahui sekiranya informasi seputar tips mendapatkan pekerjaan seperti apa yang dibutuhkan pemakai media sosial. Pra *survey* ini ditujukan kepada para mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. Berikut adalah hasil dari pra *survey* yang dilaksanakan peneliti.

Gambar 1. 3

Hasil Pra *Survey* Peneliti mengenai Informasi yang Dibutuhkan

Informasi seperti apa yang kamu butuhkan mengenai tips mendapatkan pekerjaan?
87 jawaban



Sumber : Pra *Survey* Peneliti, 2023.

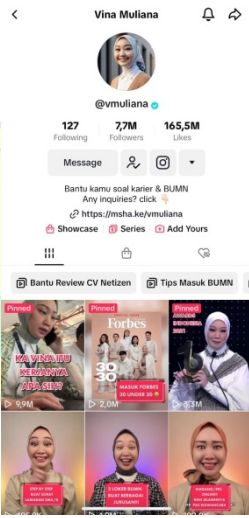
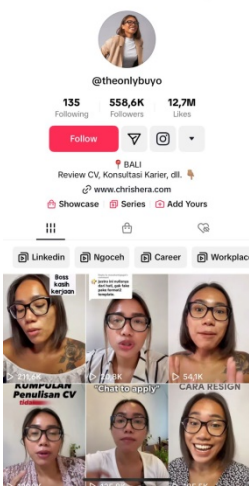
Hasil pra *survey* yang dilaksanakan peneliti seperti dijelaskan oleh gambar di atas, informasi yang dibutuhkan pemakai media sosial mengenai tips mendapatkan pekerjaan peringkat pertama adalah mengenai tips wawancara kerja dengan presentase 65,5% dari total 87 responden, kemudian informasi mengenai tips membuat CV dengan presentase 32,2% dari total 87 responden. Sedangkan beberapa responden lainnya memilih keduanya yaitu tips membuat CV dan tips wawancara kerja. Pra *survey* di

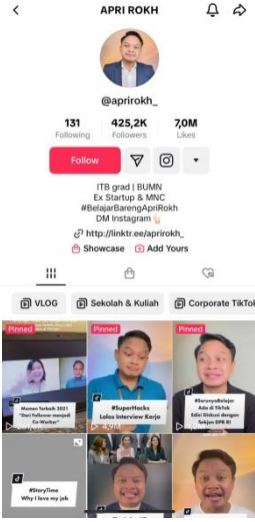
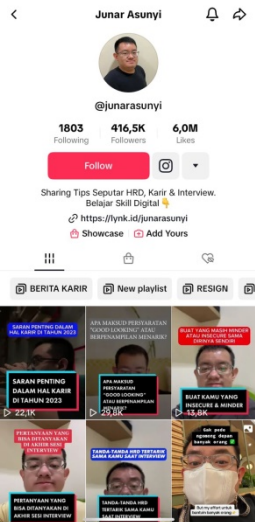
atas dilaksanakan oleh peneliti untuk menguatkan data pada penelitian ini, yang kemudian diisi oleh responden.

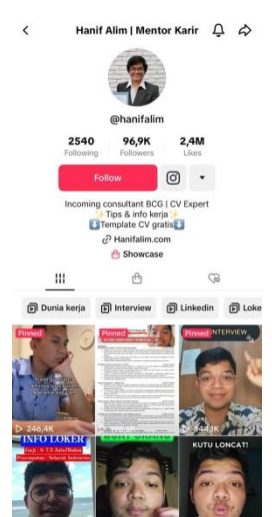
Terdapat beberapa kreator TikTok yang memanfaatkan idenya menjadi konten-konten unik dan kreatif terkait tips mendapatkan pekerjaan, diantaranya adalah :

Tabel 1. 1

Kreator Tiktok yang Membagikan Informasi Tips Mendapatkan Pekerjaan

No.	Username TikTok	Jumlah Followers	Jumlah Likes	Profile TikTok
1.	@vmuliana	7,7 Juta	165,5 Juta	
2.	@theonlybuyo	558,6 Ribu	12,7 Juta	

No.	Username TikTok	Jumlah Followers	Jumlah Likes	Profile TikTok
3.	@aprirokh_	425,2 Ribu	7 Juta	
4.	@junarasunyi	416,5 Ribu	6 Juta	

No.	Username TikTok	Jumlah Followers	Jumlah Likes	Profile TikTok
5.	@hanifalim	96,9 Ribu	2,4 Juta	

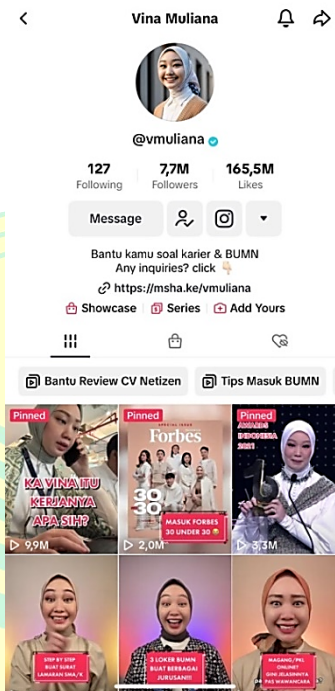
Sumber : Data Olahan Peneliti, 2024

Data di atas diambil pada tanggal 6 Agustus 2023. Berlandaskan tabel di atas TikTok @vinamuliana mempunyai paling banyak *followers* dan *likes* yaitu sejumlah 7,7 Juta *followers* dan 165,5 Juta *likes*. Selaras dengan data di atas, peneliti memilih TikTok @vinamuliana untuk diteliti pada penelitian ini. Pemilik akun @vinamuliana adalah Vina Muliana. Vina Andhani Muliana atau biasa dipanggil Vina Muliana lahir pada 19 Januari 1994. Vina Muliana merupakan kreator konten TikTok yang bekerja selaku HR Senior Associate BUMN. Kreator TikTok Vina Muliana adalah lulusan S1 Ilmu Pertanian di Universitas Padjajaran, dan S2 Marketing Communication di London School of Public Relations (LSPR) (Astuti & Bahar, 2022). Ketidakselarasan bidang pekerjaan dengan riwayat pendidikannya justru menjadi motivasi bagi banyak orang untuk tidak mudah menyerah dalam mendapatkan pekerjaan yang diinginkan.

Berikut ini peneliti sajikan gambar yang berisikan tampilan dari TikTok @vinamuliana :

Gambar 1. 4

TikTok @vinamuliana



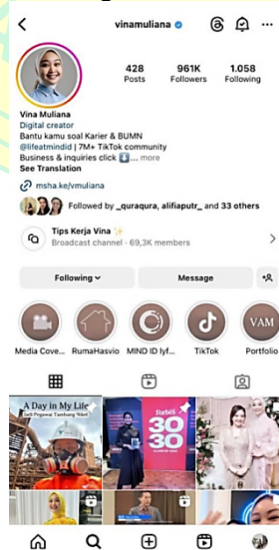
Sumber : <https://www.tiktok.com/@vmuliana?t=8aEdo1dswlO&r=1>

Saat ini, tepatnya 6 Agustus 2023, Vina Muliana sudah mempunyai 7,7 juta pengikut di TikTok. Berawal dari sekadar mencari kesibukan saat pandemi Covid-19 melanda pada februari 2019, serta pandangan Vina Muliana kepada banyaknya masyarakat yang dihadapkan kesulitan dalam mencari pekerjaan, dan Vina Muliana merasa pernah berada di posisi tersebut, maka Vina Muliana mulai membuat video-video singkat dengan tujuan untuk memberikan solusi (Astuti & Bahar, 2022), berawal dari hal tersebut, Vina Muliana terus mendapatkan respon yang positif dari warga internet.

Respon-respon positif yang diberikan oleh warga internet membuat konten-konten yang dibuat oleh Vina Muliana terus bermunculan di beranda para pemakai TikTok. Selain itu, dengan adanya konten-konten TikTok @vinamuliana, banyak sekali pemakai TikTok yang merasa termotivasi, terbantu, bahkan berhasil diterima di pekerjaan impiannya. Hal tersebut membuat Vina Muliana semakin aktif dan gencar untuk terus berkreasi membuat konten yang menarik dan unik melalui aplikasi TikTok.

Selain TikTok, Vina Muliana juga mempunyai akun Instagram yang saat ini tepatnya tanggal 6 Agustus 2023 sudah diikuti oleh 961 ribu pemakai Instagram. Di akun Instagram tersebut Vina Muliana juga kerap membagikan konten mengenai tips mendapatkan pekerjaan. Bio instagram Vina Muliana juga dicantumkan bahwa akun tersebut bertujuan membantu pemakai lainnya seputar karier. Berikut adalah profil Instagram dari akun @vinamuliana.

Gambar 1. 5
Akun Instagram Vina Muliana



Sumber : <https://instagram.com/vinamuliana?igshid=Mzc1MmZhNjY=>

Penjelasan di atas menjelaskan bahwa konten Vina Muliana dibagikan melalui dua media sosial, namun peneliti memilih media sosial TikTok dibanding media sosial Instagram dikarenakan TikTok merupakan media sosial pertama yang dipilih Vina Muliana untuk membagikan kontennya. Vina Muliana sudah *download* TikTok sejak 2020, namun mulai membuat konten di TikTok pada Februari 2021 (Syamsiyah, 2021), Vina Muliana berpikir bahwa pemakai TikTok dan Instagram berbeda, menurut Vina Muliana pemakai TikTok mayoritas adalah gen Z yang masih awam mengenai karier, kemudian Vina Muliana melihat ada pemakai yang menceritakan kisah sedihnya karena dipecat ketika pandemi berlangsung, sehingga membuat Vina Muliana berpikir untuk memberikan solusi bagi pemakai TikTok mengenai karier, tanpa berpikir untuk menjadi kreator TikTok.

Alasan lainnya peneliti memilih media sosial TikTok adalah karena peneliti melihat pengikut Vina Muliana lebih banyak di media sosial TikTok dibanding Instagram, yaitu sejumlah 7,7 juta pengikut per tanggal 6 Agustus 2023 di media sosial TikTok dan 961 ribu pengikut per tanggal 6 Agustus 2023 di media sosial Instagram. Hal ini membuktikan bahwa penikmat konten Vina Muliana lebih banyak terdapat di media sosial TikTok diperbandingkan dengan media sosial Instagram.

Bukan hanya itu, Vina Muliana berhasil mendapatkan penghargaan TikTok Awards Indonesia 2021, sehingga termasuk menjadi alasan peneliti memilih media sosial TikTok dibanding Instagram. Berikut ini peneliti

cantumkan gambar Vina Muliana yang berhasil meraih penghargaan dalam acara TikTok Awards Indonesia 2021.

Gambar 1. 6

Vina Muliana Mendapatkan Penghargaan TikTok Awards Indonesia 2021



Sumber : https://www.instagram.com/p/CbzP_bpvomm/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

Gambar diatas merupakan pembuktian bahwa keaktifan dan kegemaran Vina Muliana dalam menciptakan konten-konten tersebut membuatnya berhasil meraih TikTok Awards Indonesia 2021 dengan kategori Best of Learning & Education (Anggie, 2022), hal ini tentunya membuktikan bahwa Vina Muliana berhasil mengedukasi masyarakat luas, khususnya warga internet. Vina Muliana merupakan kreator konten TikTok yang kreatif dan juga aktif memanfaatkan fitur-fitur yang ada di aplikasi TikTok (Nurchayani, 2022), hal tersebut merupakan salah satu alasan Vina Muliana berhasil mendapatkan TikTok Awards Indonesia 2021.

Vina Muliana berhasil menginspirasi banyak orang dengan cara membagikan informasi mengenai tips mendapat pekerjaan melalui media sosialnya. Seperti dalam akun TikTok @vinamuliana disajikan berbagai konten mengenai tips mendapatkan pekerjaan. Mulai dari berbagai cara membuat CV yang baik hingga berbagai cara menjawab pertanyaan yang

diberikan ketika sedang melaksanakan wawancara kerja. Pada penelitian ini, berikut peneliti sajikan beberapa konten hasil karya Vina Muliana yang disajikan melalui media sosial TikTok miliknya.

Gambar 1. 7

Beberapa Konten @vinamuliana



Sumber : TikTok, 2023.

<https://www.tiktok.com/@vmuliana? t=8ecF3PYbNR4& r=1>

Berlandaskan gambar 1.8 di atas, terdapat beberapa konten karya Vina Muliana yang disajikan di akun TikTok @vinamuliana yang membagikan informasi mengenai berbagai tips mendapatkan pekerjaan. Konten-konten tersebut mempunyai cukup banyak penonton terhitung pada hari ini, yaitu tanggal 6 Agustus 2023.

Terdapat salah satu konten yang mempunyai penonton cukup banyak yaitu konten yang berjudul “CONTEKAN JAWABAN INTERVIEW: Gambarin Diri 3 Kata”, konten tersebut berisi informasi seputar cara menggambarkan diri dalam tiga kata ketika melaksanakan wawancara kerja, berikut peneliti sajikan tampilan konten tersebut.

Gambar 1. 8

Tampilan Konten TikTok @vinamuliana



Sumber : TikTok, 2023. <https://vt.tiktok.com/ZSLX7QyxK/>

Konten di atas mempunyai penonton yang cukup banyak yaitu mencapai 8,4 juta penonton per tanggal 6 Agustus 2023, Di dalam video yang berjudul “Contekan Jawaban Interview” tersebut menjelaskan bahwa ketika rekruter meminta pelamar untuk menggambarkan diri dalam tiga kata, jangan sekadar asal menjawab kata sifat yang baik saja, melainkan jawablah dengan *skill* spesifik yang dibutuhkan dengan posisi yang dilamar.

Gambar 1. 9

Isi Konten TikTok @vinamuliana



Sumber : TikTok, 2023. <https://vt.tiktok.com/ZSLX7QyxK/>

Selain mempunyai jumlah penonton yang cukup banyak, konten di atas juga mempunyai jumlah *likes*, komen, *share*, dan *save* yang tidak kalah banyak yaitu mencapai 850,4 ribu *likes* terhitung pada tanggal 6 Agustus 2023, 857 komen terhitung pada tanggal 6 Agustus 2023, 219,9 ribu *save* terhitung pada tanggal 6 Agustus 2023, dan 8.345 *share* terhitung pada tanggal 6 Agustus 2023.

Banyaknya respons yang dijelaskan sebelumnya disebabkan karena banyak orang yang menyukai konten yang berisikan informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan di media sosial TikTok @vinamuliana. Namun, terdapat pula hal yang tidak disukai dari media sosial TikTok @vinamuliana, yakni seperti dijelaskan pada gambar di bawah ini :

Gambar 1. 10
Hasil Pra *Survey* Peneliti mengenai Hal yang Tidak Disukai dari Media Sosial TikTok @vinamuliana

Apa yang tidak Anda sukai dari media sosial TikTok @vinamuliana?
55 jawaban



Sumber : Pra *Survey* Peneliti, 2023

Berlandaskan dengan pra *survey* yang dilaksanakan peneliti seperti yang sudah ditampilkan di atas, hasil menggambarkan bahwa paling banyak responden memilih hal yang tidak disukai yakni media sosial TikTok @vinamuliana tidak menyediakan komunikasi dua arah. Responden yang memilih bahwa media sosial TikTok @vinamuliana tidak menyediakan komunikasi dua arah terdapat sejumlah 56,4% dari total 55 responden. Responden lain sejumlah 18,2% dari total 55 responden memilih bahwa media sosial TikTok @vinamuliana tidak dapat dipakai dengan cepat, 10,9% dari total 55 responden memilih bahwa media sosial TikTok @vinamuliana tidak mempunyai jangkauan yang luas, 9,1% dari total 55 responden memilih bahwa media sosial TikTok @vinamuliana tidak dapat diakses untuk waktu yang lama, kemudian sisa responden lainnya memilih media sosial TikTok @vinamuliana tidak mudah diakses. Responden merupakan mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta yang mengetahui dan mengikuti media sosial TikTok @vinamuliana.

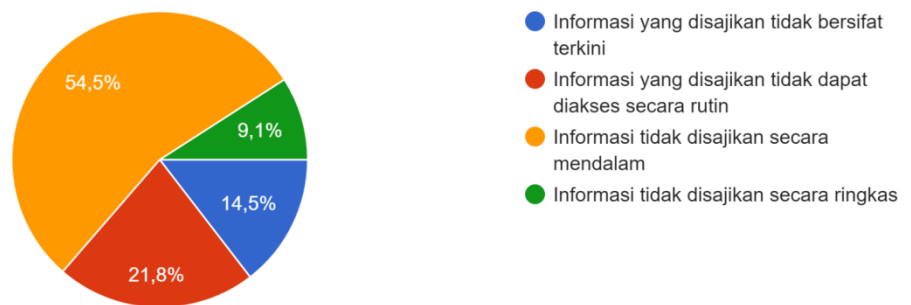
Selain hal yang tidak disukai, peneliti juga melaksanakan pra *survey* yang bermaksud agar diketahui apa saja yang kurang dari media sosial TikTok @vinamuliana dalam proses memenuhi kebutuhan informasi para responden. Responden dalam pra *survey* ini merupakan mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta yang membutuhkan informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan. Berikut adalah hasil dari pra *survey* yang dilaksanakan peneliti.

Gambar 1. 11

Hasil Pra *Survey* Peneliti mengenai Hal yang Kurang dari Media Sosial

Apa yang kurang dari media sosial TikTok @vinamuliana dalam proses pemenuhan kebutuhan informasi Anda?

55 jawaban



Sumber : Pra *Survey* Peneliti, 2023

Hasil pra *survey* yang dilaksanakan peneliti seperti yang sudah disajikan di atas, diketahui bahwa responden terbanyak memilih bahwa informasi tidak disajikan secara mendalam yaitu sejumlah 54,5% dari total 55 responden. Selain itu terdapat pula responden sebesar 21,8% dari total 55 responden yang memilih bahwa informasi yang disajikan tidak dapat diakses secara rutin, responden sebesar 14,5% dari total 55 responden memilih bahwa informasi yang disajikan tidak bersifat terkini, serta responden sebesar 9,1% dari total 55 responden memilih informasi tidak disajikan secara ringkas.

Berlandaskan pra *survey* pada gambar 1.11 dan gambar 1.12 di atas, dapat disimpulkan bahwa responden mengungkapkan bahwa media sosial TikTok @vinamuliana tidak menyediakan komunikasi dua arah dan informasi tidak disajikan secara mendalam. Hal ini berlandaskan pada

presentasi paling banyak yaitu sejumlah 56,4% dari total 55 responden memilih media sosial TikTok @vinamuliana tidak menyediakan komunikasi dua arah, kemudian sejumlah 54,5% dari total 55 responden memilih informasi tidak disajikan secara mendalam.

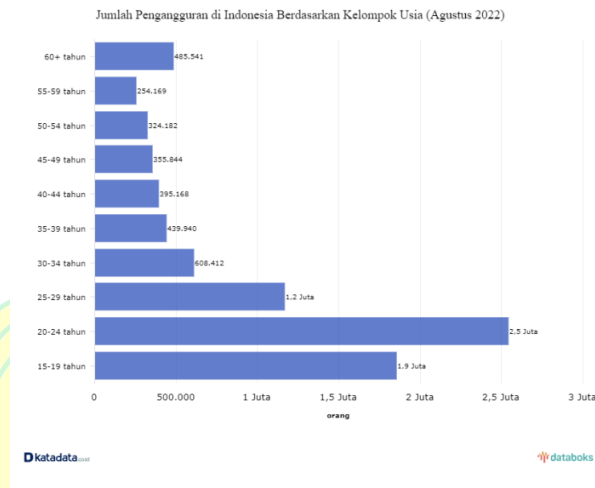
Selain permasalahan di atas, terdapat pula masalah terkait sulitnya mendapatkan pekerjaan. Dengan kembalinya ke kondisi pra-pandemi, kompetisi untuk memperoleh pekerjaan juga akan meningkat, mengingat situasi global saat itu (Republika.co.id, 2022), hal itu menjelaskan bahwa persaingan dalam mendapatkan pekerjaan akan semakin ketat dan sulit. Meski pemerintah telah berupaya untuk mengeluarkan kebijakan serta beberapa program untuk meminimalisir angka pengangguran, namun tetap saja fakta yang terjadi di lapangan masih terdapat banyak orang yang mengalami kesulitan ketika mencari pekerjaan yang sejalan dengan kualifikasi dan minat individu tersebut.

Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab sulitnya mendapatkan pekerjaan di Indonesia, seperti kurangnya pengetahuan mengenai tips mendapatkan pekerjaan, meskipun sudah tersedia beberapa sumber informasi namun tidak semua dapat mengaksesnya. Selain itu, tingkat persaingan yang ketat di pasar kerja yang dikarenakan melonjaknya lulusan perguruan tinggi yang berlomba-lomba untuk mendapatkan pekerjaan. Hal-hal tersebut juga menjadi beberapa faktor yang mengakibatkan timbulnya angka pengangguran yang tidak sedikit di

Indonesia. Berikut peneliti cantumkan data total pengangguran di Indonesia dengan pengklasifikasian berlandaskan kelompok usia.

Gambar 1. 12

Data Jumlah Pengangguran di Indonesia Berlandaskan Kelompok Usia



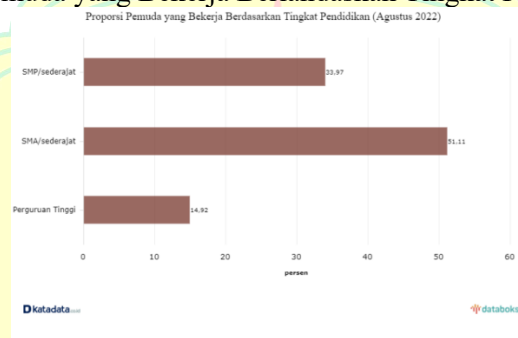
Sumber : Katadata, 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/12/mayoritas-pengangguran-indonesia-berusia-muda-pada-agustus-2022>

Sesuai dengan data yang diberikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang terdapat pada gambar 1.13, mayoritas pengangguran berasal dari kelompok usia 20 hingga 24 tahun, yaitu sejumlah 2,54 juta orang, selanjutnya disusul penganggur usia 15 hingga 19 tahun sejumlah 1,86 juta jiwa, usia 25 hingga 29 tahun sejumlah 1,17 juta jiwa, usia 30 hingga 34 tahun dengan 608,41 ribu jiwa, usia 60 tahun ke atas 485,54 ribu jiwa, usia 35 hingga 39 tahun sejumlah 439,94 ribu jiwa, usia 40 hingga 44 tahun sejumlah 395,17 ribu jiwa, usia 45 hingga 49 tahun sejumlah 355,84 ribu jiwa, dan usia 50 hingga 59 tahun sejumlah 254,17 ribu jiwa. Data yang dijelaskan di atas mengungkapkan tingkat tertinggi angka pengangguran

berasal dari kelompok usia 20 hingga 24 tahun. Dalam kelompok usia tersebut terdapat di dalamnya usia lulusan jenjang perkuliahan baik program sarjana maupun program diploma tiga. Hal tersebut mengartikan terdapat tingkat persaingan yang cukup tinggi di dalam jangkauan kelompok usia 20 tahun hingga 24 tahun. Selain itu, berikut peneliti juga mencantumkan data pemuda yang bekerja berlandaskan tingkat pendidikan.

Gambar 1. 13
Data Pemuda yang Bekerja Berlandaskan Tingkat Pendidikan

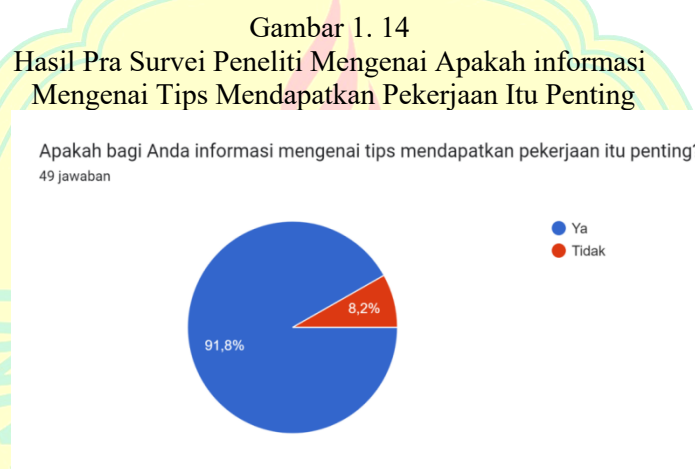


Sumber : Katadata, 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/19/pemuda-bekerja-lulusan-sma-lebih-banyak-dibanding-tamatan-perguruan-tinggi>

Pemuda adalah warga negara Indonesia, baik pria maupun wanita, dalam rentang usia 16 hingga 30 tahun, sebagaimana didefinisikan dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2009 (Santika, 2023). Gambar 1.14 menyajikan perkiraan jumlah pemuda di Indonesia pada Agustus 2022 menurut Badan Pusat Statistik (BPS), yakni sejumlah 65,82 juta. Dari jumlah tersebut, sejumlah 53,23% merupakan pemuda yang berada dalam angkatan kerja. Hanya 14,92% dari pemuda yang mempunyai gelar universitas yang telah bekerja, sesuai dengan latar belakang pendidikan mereka.

Berlandaskan penjelasan di atas, maka dibutuhkan adanya informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan. Hal tersebut selaras dengan pra *survey* yang dilaksanakan peneliti terkait masalah kebutuhan informasi dari mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. Kemudian peneliti juga melaksanakan pra *survey* yang diisi oleh 49 mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. Berikut peneliti cantumkan pra *survey* yang sudah dilaksanakan.



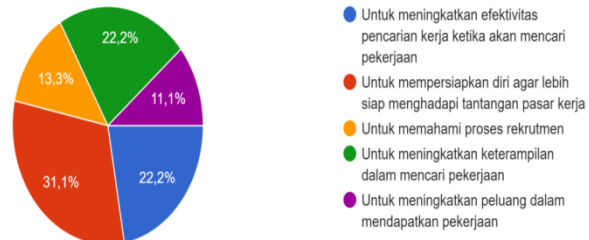
Sumber : Pra *Survey* Peneliti, 2023

Melalui pra *survey* yang dilaksanakan peneliti dalam gambar di atas, terlihat hasil bahwa sejumlah 91,8% dari total 49 responden memilih bahwa informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan itu penting, sedangkan sejumlah 8,2% dari total 49 responden memilih bahwa informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan itu tidak penting. Selain pertanyaan di atas, dalam pra *survey* ini peneliti juga menanyakan alasan mengapa informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan itu penting. Berikut peneliti sajikan dalam gambar.

Gambar 1. 15
Hasil Pra Survei Peneliti Mengenai Alasan Pentingnya Informasi
Mengenai Tips Mendapatkan Pekerjaan

Jika iya, mengapa bagi Anda informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan itu penting? (Jika memilih tidak, lewat pertanyaan ini)

45 jawaban



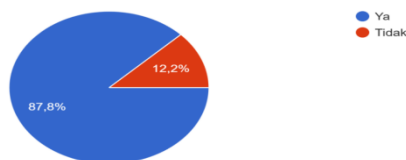
Sumber : Pra *Survey* Peneliti, 2023

Hasil ditunjukkan dengan presentasi nilai sebagai berikut : sejumlah 31,1% dari total 49 responden memilih alasan untuk mempersiapkan diri agar lebih siap menghadapi tantangan pasar kerja, sejumlah masing-masing 22,2% dari total 49 responden memilih untuk meningkatkan efektivitas pencarian kerja ketika akan mencari pekerjaan dan untuk meningkatkan keterampilan dalam mencari pekerjaan, sejumlah 13,3% memilih untuk memahami proses rekrutmen, sejumlah 11,1% memilih untuk meningkatkan peluang dalam mendapatkan pekerjaan.

Hasil tersebut mengungkapkan bahwa alasan terbanyak adalah untuk mempersiapkan diri agar lebih siap menghadapi tantangan pasar kerja. Peneliti juga melaksanakan pra *survey* dengan pertanyaan mengenai pencarian informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan melalui media sosial TikTok @vinamuliana. Berikut peneliti sajikan berupa gambar.

Gambar 1. 16
Hasil Pra Survei Peneliti Mengenai Pencarian
Informasi Di Media Sosial TikTok @vinamuliana

Apakah anda mencari informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan di media sosial TikTok @vinamuliana?
49 jawaban



Sumber : Pra *Survey* Peneliti, 2023

Pra *survey* yang disajikan di atas mengungkapkan hasil bahwa sejumlah 87,8% dari total 49 responden mencari informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan di media sosial TikTok @vinamuliana dan sejumlah 12,2% dari total 49 responden mencari informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan tidak di media sosial TikTok @vinamuliana. Hal tersebut mengungkapkan bahwa sebagian besar dari responden memilih media sosial TikTok @vinamuliana selaku wadah untuk mencari informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan.

Terdapat pula pra *survey* mengenai alasan responden mencari informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan di media sosial TikTok @vinamuliana. Berikut peneliti sajikan dalam gambar di bawah ini.

Gambar 1. 17
Hasil Pra Survei Peneliti Mengenai Alasan Pencarian
Informasi Di Media Sosial TikTok @vinamuliana

Jika iya, apa alasan Anda mencari informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan di media sosial TikTok @vinamuliana? (Jika memilih tidak, lewati pertanyaan ini)
49 jawaban



Sumber : Pra *Survey* Peneliti, 2023

Berlandaskan hasil dari pra *survey* dengan total 49 responden yang disajikan di atas adalah terdapat hasil bahwa 24,5% responden mengungkapkan dapat mengakses media sosial TikTok @vinamuliana dengan cepat, 22,4% responden mengungkapkan dapat mengakses media sosial TikTok @vinamuliana untuk jangka waktu yang lama, 20,4% responden mengungkapkan mudah mengakses media sosial TikTok @vinamuliana, 14,3% responden mengungkapkan dapat berinteraksi dengan mudah di media sosial TikTok @vinamuliana, dan 14,3% responden mengungkapkan dapat menjangkau media sosial TikTok @vinamuliana dari mana saja.

Penjelasan di atas merupakan alasan peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian yang berjudul Pengaruh Media Sosial TikTok @vinamuliana terhadap Kebutuhan Informasi mengenai Tips Mendapatkan Pekerjaan Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. Pada penelitian ini, peneliti akan memanfaatkan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan metode *survey* pada sampel mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta yang memanfaatkan TikTok @vinamuliana selaku sumber informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan pada deskripsi di atas, peneliti mengidentifikasi masalah yang dikaji pada penelitian ini, masalah yang teridentifikasi terpaparkan dibawah ini :

1. Media sosial TikTok @vinamuliana tidak menyediakan komunikasi dua arah.
2. Informasi dalam media sosial TikTok @vinamuliana tidak disajikan secara mendalam.
3. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta membutuhkan informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan.
4. Persaingan dalam mendapatkan pekerjaan semakin ketat dan sulit.
5. Berlandaskan kelompok usia, mayoritas pengangguran berasal dari kelompok usia 20 hingga 24 tahun.
6. Didasari dengan latar belakang pendidikannya, pemuda yang bekerja dengan tamatan perguruan tinggi hanya 14,92%.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu meluas, peneliti membuat pembatasan masalah. Beberapa pembatasan masalah yang dapat dipakai adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini berfokus pada pengaruh media sosial TikTok @vinamuliana.
2. Informasi terkait kebutuhan informasi pada penelitian ini difokuskan hanya pada tips mendapatkan pekerjaan.
3. Sampel penelitian terbatas pada kalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.

1.4 Rumusan Masalah

Media sosial termasuk bagian dari media baru yang dapat dijadikan selaku sumber informasi. Media sosial yang dipakai selaku sumber informasi adalah TikTok. Aplikasi TikTok dapat menjadikan ponsel pemakainya selaku studio berjalan (Oktaheriyani et al., 2020), yang artinya dimana pun dan siapapun dapat membuat konten dalam media sosial TikTok. Salah satunya adalah Vina Muliana yang membuat media sosial TikTok miliknya menjadi sumber informasi bagi banyak orang. Banyak orang yang mengikuti media sosial TikTok @vinamuliana, namun terdapat pula hal yang dirasa kurang yaitu media sosial TikTok @vinamuliana tidak menyediakan komunikasi dua arah dan informasi tidak disajikan secara mendalam.

Hal ini berlandaskan pada hasil pra *survey* peneliti yang sudah disajikan dan dijelaskan di bagian latar belakang. Terdapat presentasi paling banyak yaitu sejumlah 56,4% dari total 55 responden memilih media sosial TikTok @vinamuliana tidak menyediakan komunikasi dua arah, kemudian sejumlah 54,5% dari total 55 responden memilih informasi tidak disajikan secara mendalam.

Berlandaskan penjelasan yang telah dideskripsikan di atas, penelitian ini akan dititikberatkan pada media sosial TikTok @vinamuliana agar diketahui pengaruhnya kepada kebutuhan informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan. Maka dari itu, rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana media sosial TikTok @vinamuliana dalam membagikan konten mengenai tips mendapatkan pekerjaan?
2. Bagaimana kebutuhan informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta?
3. Apakah media sosial TikTok @vinamuliana berpengaruh kepada kebutuhan informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta?

1.5 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan penjelasan rumusan masalah sebelumnya, media sosial TikTok @vinamuliana merupakan salah satu sumber informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan. Berlandaskan hasil pra *survey* yang sudah dilaksanakan oleh peneliti, terdapat hasil bahwa media sosial TikTok @vinamuliana tidak menyediakan komunikasi dua arah serta informasi tidak disajikan secara mendalam.

Hal ini tentunya berlandaskan pada hasil dari pra *survey* yang diisi oleh responden. Untuk persentasinya yakni, sejumlah 56,4% dari total 55 responden memilih media sosial TikTok @vinamuliana tidak menyediakan komunikasi dua arah, kemudian sejumlah 54,5% dari total 55 responden memilih informasi tidak disajikan secara mendalam. Maka dari itu, adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Mengetahui media sosial TikTok @vinamuliana dalam membagikan konten mengenai tips mendapatkan pekerjaan.
2. Mengetahui kebutuhan informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
3. Mengetahui apakah terdapat pengaruh pada Media Sosial TikTok @vinamuliana terhadap Kebutuhan Informasi mengenai Tips Mendapatkan Pekerjaan bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Akademis

Adapun beberapa manfaat akademis yang didapat, yaitu:

1. Manfaat dari kajian ini adalah untuk memperluas pengetahuan dalam ranah ilmu sosial, khususnya dalam disiplin ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan media sosial dan kebutuhan informasi.
2. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu mawadahi pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.
3. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi bahan rujukan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai dampak media sosial kepada kebutuhan informasi.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Skripsi ini dapat memberikan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi pemilik akun TikTok tersebut dan pemakai media sosial TikTok lainnya yang ingin memberikan informasi seputar tips mendapatkan pekerjaan.
2. Membantu memberikan informasi yang berguna kepada para pemakai TikTok yang sedang mencari informasi mengenai tips mendapatkan pekerjaan.
3. Meningkatkan kesadaran tentang pentingnya memahami dan memilih sumber informasi yang dapat diandalkan dan valid di era digital.

