BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang berkembang dengan cepat saat ini telah membawa perubahan besar terhadap sistem dan pola kerja. Memasuki era Society 5.0, teknologi tidak hanya lagi berfungsi sebagai alat bantu, tetapi telah menyatu hampir dalam seluruh aktivitas kehidupan manusia. Beberapa jenis pekerjaan mulai tergeser dan tergantikan oleh sistem berbasis teknologi. Namun demikian, pekerjaan yang membutuhkan kreativitas, kemampuan berpikir kritis, serta keterampilan komunikasi masih memiliki posisi yang kuat. Perubahan tersebut menuntut adanya kesiapan dan kemampuan beradaptasi dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui keterampilan, penggunaan media digital dan pengembangan *soft skill* (Nada & Handayani, 2022).

Dalam hal ini, perkembangan dunia kerja juga memicu perubahan yang sangat cepat dalam berbagai bidang. Kemajuan teknologi saat ini telah mengubah cara individu dalam berpikir, memaknai, dan mempersiapkan karier. Hal ini tentunya tidak terlepas dari tantangan yang akan semakin besar, sehingga menuntut individu untuk memiliki pemahaman yang baik dalam menghadapi dunia kerja. Dalam konteks dunia kerja yang semakin kompleks, individu dituntut harus mampu menggunakan informasi karier secara tepat, mulai dari memahami, mengevaluasi, hingga mengelola dan memanfaatkan informasi tersebut secara sadar dalam menyusun pilihan dan arah kariernya (Valentine & Kosloski, 2021, dalam Azzahro et al., 2025).

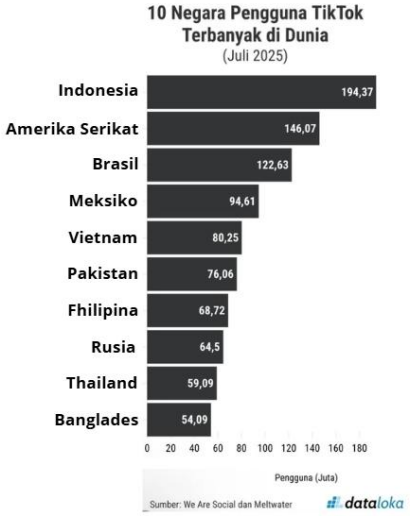
Sejalan dengan hal tersebut, realita di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak individu, khususnya *fresh graduate*, yang belum mampu menentukan arah kariernya sehingga belum mendapatkan pekerjaan. Dilansir dari *Kompas.com*, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) berdasarkan kelompok usia sebagian besar berada pada rentang usia 15 hingga 24 tahun, dengan angka mencapai 16,16 persen per Februari 2025 berdasarkan laporan BPS yang dirilis pada Senin (5/9/2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi masih belum sepenuhnya mampu memberikan panduan praktis terkait kesiapan dan pemahaman dunia kerja kepada mahasiswa, seperti praktik pembuatan CV, proses *interview*, etika kerja, serta pengembangan potensi diri. Akibatnya, hal ini menjadi permasalahan sosial yang mendorong banyak mahasiswa untuk mencari informasi terkait kesiapan karier di luar lingkungan kampus.

Di tengah keterbatasan akses terhadap informasi dan panduan karier, media sosial hadir sebagai ruang alternatif yang dapat digunakan sebagai media penunjang karier. Melalui media sosial, individu bisa memperoleh pengetahuan dan informasi karier secara praktis, tanpa terbatas ruang dan waktu, serta bisa diakses kapan dan dimanapun. Terdapat tiga hal yang mencerminkan media sosial yaitu *sharing, collaborating* dan *connecting*. Dengan memiliki ciri cepat menyebar dan berfungsi sebagai tempat yang menyediakan ruang untuk berbagi, membangun hubungan dan interaksi secara *online* (Puntoadi, 2011). Media sosial adalah platform media digital yang berperan sebagai *fasilitator online* yang sangat memungkinkan pengguna untuk bisa belajar, bertanya, dan menemukan *figure role model* (panutan) dalam bidang karier dan kehidupannya. Media sosial juga hadir sebagai tempat untuk

merepresentasikan diri serta fokus memfasilitasi pengguna dalam berinteraksi dengan pengguna lain sehingga terciptanya sebuah ikatan sosial. Dalam media sosial, terdapat tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial yaitu pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*) (Nasrullah, 2015, dalam Rauf, 2021).

Salah satu platform media sosial yang paling menonjol dan banyak peminatnya adalah TikTok. TikTok yang awalnya hadir sebagai media hiburan, sekarang bertambah peran sebagai ruang untuk menerima dan berbagi informasi. Melalui format video pendek yang komunikatif TikTok mengemas suatu informasi menjadi mudah dipahami dan dimengerti. TikTok pertama kali diluncurkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance pada September 2016 yang dikenal dengan nama "Douyin". Kemudian diperkenalkan secara internasional pada tahun 2017 (Fitrianingsih et al., 2025). Fitur utama TikTok mencakup video pendek, musik, efek, FYP, duet, *stitch*, *challenge*, serta *live streaming*. Dikutip dari *dataloka.id* berdasarkan laporan terbaru dari *We Are Social* dan *Meltwater*, jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 194,37 juta orang per Juli 2025. Angka ini menempatkan Indonesia pada posisi teratas. Secara global, Indonesia resmi mendapatkan predikat sebagai negara pengguna TikTok paling banyak di dunia tahun 2025.

Gambar 1. 1 Data Pengguna TikTok



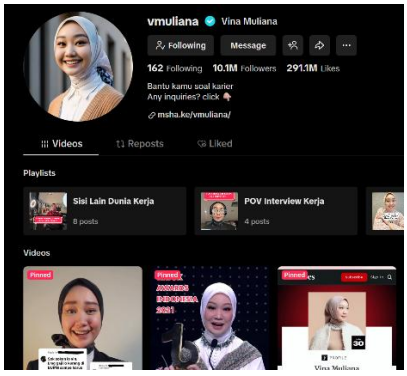
Sumber: *dataloka.id*

Anderson (2020, dalam Agisna & Mahardian, 2022), menjelaskan bahwa TikTok bisa memfasilitasi komunikasi yang aktif dua arah yaitu terdapat fitur-fitur seperti *like*, *comment* dan *share*, jadi memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung melalui kolom komentar. Aplikasi ini menekankan fokus pada konten videonya yang kreatif, menarik dan algoritmanya yang bisa diakses sesuai minat hingga menarik perhatian banyak peneliti. TikTok dikenal menjadi platform yang begitu populer karena sifatnya yang ringan dan menghibur dalam menyajikan konten, melalui konten-konten kreatif dalam aplikasi tersebut, dapat mengarahkan seseorang menjadi konten kreator serta *influencer* (Retnasary & Fitriawati, 2022).

Dalam aplikasi TikTok, konten kreator semakin mengambil peran sebagai sumber informasi dan motivasi, terkhusus dalam bidang pengembangan karier. Salah satu konten kreator yang saat ini aktif membagikan konten pada platform media sosial TikTok adalah Vina Muliana pada akun TikTok miliknya @vmuliana (R. Saputra & Yuliani, 2024a). Vina Muliana dikenal sebagai agen literasi karier di

ruang digital, berusia 32 tahun yang saat ini berperan sebagai sumber informasi pengembangan karier serta dunia kerja. Berdasarkan update terbaru dari akun TikTok milik Vina Muliana per Februari 2026, akun TikTok @vmuliana telah mencapai 10 juta pengikut (*followers*), serta 290 juta *like*. Vina Muliana juga pernah bekerja sebagai pegawai Perusahaan Industri Pertambangan (BUMN) milik negara selama 7 (tujuh) tahun. Vina memulai kariernya sebagai konten kreator pada Februari 2021 dengan tujuan untuk membantu memberikan solusi kepada masyarakat dalam mencari pekerjaan ditengah tantangan yang sedang dihadapi akibat pandemi COVID-19. Dibutuhkan waktu seminggu untuk konten pertama Vina muncul di FYP yang tayang pada tanggal 24 Februari 2021, dengan isi konten membahas mengenai rekrutmen BUMN. Vina mendapatkan 100.000 *Followers* pada bulan pertama sejak konten itu diunggah (TikTok).

Gambar 1. 2 Akun TikTok @vmuliana



Sumber: Tiktok @vmuliana (*Screenshot*)

Vina Muliana secara konsisten menyajikan konten yang bersifat informatif, memotivasi, dan membangun *mindset* audiens dengan menghadirkan konten edukasi karier seperti membagikan tips wawancara, pembuatan *curiculum vitae* (cv), pengalaman, membahas realita kerja, kesalahan umum pencari kerja, dan

informasi lainnya seputar dunia pekerjaan. Oleh karena itu akun TikTok @vmuliana relevan untuk dijadikan objek penelitian guna melihat bagaimana konten dan gaya komunikasi yang digunakan Vina Muliana berkontribusi dalam menyampaikan pesan edukasi karier di media digital.

Widjaja (2000:57, dalam Marani, 2016), menjelaskan bahwa gaya komunikasi merupakan cara menyampaikan pesan melalui bahasa verbal maupun nonverbal, seperti kata-kata, intonasi suara, bahasa tubuh, penggunaan waktu, pengaturan ruang dan jarak serta cara menyusun pesan agar dapat diterima secara efektif. Gaya komunikasi yang tepat akan memperlancar komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis. Keberhasilan sebuah pesan tidak hanya ditentukan oleh apa yang disampaikan melainkan bagaimana pesan tersebut disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang sama dapat menimbulkan pemahaman yang berbeda tergantung dari cara penyampaiannya. Dalam konten TikTok yang berdurasi singkat, kreator dituntut harus mampu menyampaikan pesan dalam waktu yang terbatas. Vina Muliana mempunyai karakteristik gaya komunikasi yang khas dalam menyampaikan pesan karier, ia sering menggunakan bahasa yang sederhana, contoh konkret, serta pendekatan yang persuasif dan empatik. Ini membuat kontennya tidak terkesan menggurui akan tetapi justru memberi kesan dekat dan relevan dengan kehidupan audiens.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana gaya komunikasi dalam media sosial, khususnya TikTok, dapat memengaruhi cara penyampaian pesan edukasi kepada audiens. Penelitian ini juga penting untuk memberikan pemahaman mengenai bentuk penyampaian pesan

edukasi karier yang efektif, menarik, dan mudah diterima oleh generasi muda di era digital. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam melihat pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi edukatif yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu membangun kedekatan dengan audiens melalui gaya komunikasi yang digunakan oleh konten kreator. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini berfokus pada bagaimana TikTok bisa berfungsi sebagai media edukasi, dengan menganalisis isi pesan dan gaya komunikasi yang digunakan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai peran konten TikTok sebagai media edukasi karier di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana bentuk isi pesan dan gaya komunikasi yang digunakan oleh konten kreator Vina Muliana dalam menyampaikan pesan edukasi karier pada akun tiktok @vmuliana?

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, adapun yang menjadi fokus penelitian adalah bentuk isi pesan dan gaya komunikasi yang digunakan Vina Muliana dalam menyampaikan pesan edukasi karier pada akun TikTok @vmuliana dengan menggunakan analisis isi model Holsti serta teori gaya komunikasi Tubbs & Moss dengan fokus pada jenis konten yang telah dikategorikan menurut tema dan isi tentang tips wawancara, dan pembuatan cv.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan peneliti diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk isi pesan dan gaya komunikasi yang digunakan oleh konten kreator Vina Muliana dalam menyampaikan pesan edukasi karier pada akun tiktok @vmuliana.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Ilmu Komunikasi dalam bidang komunikasi digital dan komunikasi edukatif mengenai bagaimana konten media sosial, khususnya TikTok, serta gaya komunikasi konten kreator berperan dalam penyampaian pesan edukasi karier.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji tentang analisis isi dan gaya komunikasi pada konten edukasi karier media sosial**.**

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai penggunaan gaya komunikasi dalam penyampaian konten edukasi karier di media sosial, khususnya TikTok**.**
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam memahami penyampaian pesan edukatif melalui media sosial.