

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Terpaan media merupakan intensitas keadaan khalayak dimana mendapat pesan-pesan yang disebarkan oleh media. Dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media atau mengalami dan mempertimbangkan pesan-pesan tersebut, yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berupaya mencari informasi kepada khalayak mengenai penggunaan media, frekuensi penggunaan, dan durasi penggunaan (Ardianto, 2014).

Penggunaan media terdiri dari waktu yang dihabiskan di berbagai saluran media, jenis atau isi media yang dikonsumsi, dan perbedaan hubungan individu dengan konten media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rahmat, 2009). Diartikan bahwa terpaan media adalah kondisi dimana seseorang diterpa oleh isi media serta bagaimana isi tersebut menerpa seseorang.

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah TikTok. TikTok dapat menyajikan informasi maupun berita secara cepat karena sebagian masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial dan generasi Z merupakan pengguna aplikasi atau platform TikTok (okezone.com, 2020). TikTok dalam hal ini berperan sebagai media yang menerpa seseorang yang menggunakan TikTok, serta melalui unggahan-unggahan yang ada di dalamnya.

Terpaan (*exposure*) dapat berupa frekuensi atau seberapa sering seseorang dalam menggunakan TikTok dan melihat suatu unggahan, intensitas atau perhatian serta isi dari unggahan itu sendiri. Seseorang yang sering menggunakan TikTok dan melihat unggahan-unggahan yang ada di dalamnya akan lebih mudah diterpa oleh berbagai informasi. Hal tersebut juga didukung apabila seseorang atau

pengguna TikTok tersebut juga fokus dan memperhatikan setiap informasi yang diterimanya.

Dilansir dari tempo.co diketahui bahwa pengguna aktif perbulan TikTok di Indonesia mencapai angka fantastis yakni 991 juta orang per April 2022. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai pengguna terbesar kedua setelah Amerika Serikat dengan jumlah 136,4 juta. Lalu Brasil menempati urutan ketiga sebesar 73,6 juta, Rusia 51,3 juta, Meksiko di angka 50,5 juta, kemudian Vietnam 45,8 juta, Filipina 40,4 juta dan Thailand 38,4 juta. Pengguna TikTok di Indonesia rata-rata berusia 18 tahun keatas dengan 66 persen pengguna adalah perempuan dan 34 persen adalah laki-laki (Tempo.co, 2022).

Aplikasi Tiktok mengajak para penggunanya untuk menciptakan video yang unik dan berbeda dengan diiringi beragam musik dan lagu. Beberapa fitur dari aplikasi TikTok bahkan diikuti oleh media sosial lainnya seperti Instagram dan YouTube yang menciptakan fitur reels. TikTok mempunyai kelebihan diantaranya adalah konten menarik yang bersifat edukatif maupun hiburan, mudah digunakan kapan saja dan di mana saja, rata-rata durasi video pendek dan tidak bikin jenuh, media informasi dan hiburan yang tidak ada habisnya, hampir tidak ada *delay* saat *scroll* ke video selanjutnya (Idntimes.com, 2022).

TikTok menjadi *platform* digital pilihan masyarakat untuk mendapatkan hiburan dan pengetahuan serta berbagi keseruan yang dibagikan oleh konten creator TikTok. Konten kreator TikTok memiliki kategori masing-masing konten, di antaranya *Best of Comedy*, *Best of Performers*, *Best of Fashion & Beauty*, *Best of Lifestyle*, *Best of Gaming*, *Best of Sports, Fitness & Wellnes'*, *Best of Learning & Education*, dan *Best of Foodie* (Newsroom.tiktok.com, 2022).

Media sosial TikTok dapat efektif dalam hal menyampaikan informasi dalam bentuk interaksi sosial. TikTok dapat dengan mudah menyebarkan informasi melalui video pendek yang menarik dan audiens nya juga bisa langsung ikut

berpartisipasi untuk memberikan saran dan kritiknya dalam sebuah kolom komentar. Selain itu, fitur “*for your page*” (FYP) membuat orang dapat ikut bergabung membuat konten serta dapat dilihat setiap orang diluar banyaknya follower yang ada. *For Your Page* (FYP) TikTok juga dapat sharing konten pengguna tidak memandang jumlah pengikutnya dengan belajar kebiasaan pengguna aktif lebih cepat dari aplikasi lain. Akhirnya TikTok ialah sosial media unik dan sebagai *platform* media sosial pertama meengkolaborasi karateristik media sosial yang lain dengan satu aplikasi.

Pengguna aplikasi TikTok dapat membuat video berdurasi kurang lebih 5 menit, menawarkan efek unik yang menyenangkan, serta didukung genre musik untuk memungkinkan pemakai hadir dengan gaya dan jogged yang berbeda, sehingga mendorong kreativitas pengguna membuat konten. Selain itu, pengguna aplikasi TikTok memiliki beragam efek khusus dan musik latar yang memungkinkan mereka membuat video yang menyenangkan, serta lagu yang sesuai dengan suasana video mereka (Susilowati, 2018).

Seorang pembuat konten akan membuat konten yang bagus dan passion-nya, hal ini memastikan bahwa sebelum seorang pembuat konten membuat suatu video, pencipta harus terlebih dahulu menentukan minatnya, sehingga karya yang dihasilkan dapat bermanfaat dan menginspirasi khalayak yang lebih luas. Dengan melakukan karya orisinal maka konten yang dibuat akan menarik dan unik. Pembuat konten harus fleksibel dalam membuat dan mengunggah video sehingga pemirsa dapat melihat bahwa pembuat konten tersebut jujur dan beretika. Pembuat konten harus up-to-date dan up-to-date, mengetahui tren terkini dan isu-isu diskusi terkini. Pembuat konten juga harus pandai menarik pengikut, apalagi pengguna TikTok kini memanfaatkan TikTok sebagai platform bisnis, branding produk, branding korporat, dan personal branding (Yusti & Wulan, 2018).

Aplikasi TikTok dikenal oleh masyarakat melalui beberapa konten TikTok yang diunggah melalui aplikasi media sosial lainnya seperti Instagram dan Twitter. Pengguna media sosial sudah tidak asing lagi dengan aplikasi TikTok, yang secara tidak langsung mendorong para pengguna untuk menggunakan aplikasi TikTok. Salah satu konten kreator yang menarik banyak penonton adalah akun tiktok Vina Muliana yang berisi tentang konten bagaimana mengedukasi bagaimana cara-cara dalam mencari pekerjaan pada saat ini. Adapun hal yang melatarbelakangi pembuatan akun tersebut adalah karena Vina Muliana merasa prihatin terhadap tingkat pengangguran yang begitu tinggi dan banyak orang-orang yang di PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) dikarenakan pandemi *Covid-19*. Awal Vina Muliana membuat konten karena Vina baru saja dipecat dari pekerjaan lamanya akibat pandemi *Covid-19*. Lalu Vina Muliana membagikan tips dan trik seputar karir dan kemudian membuat konten. Setiap video yang diunggah Vina Muliana di TikTok banyak ditonton oleh pengguna yang dalam istilah tiktok yaitu “*For Your Page (FYP)*”.

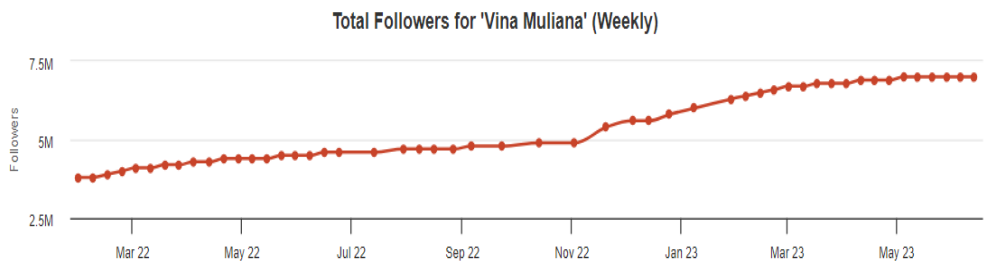
Dengan adanya media sosial TikTok dengan durasi yang tidak terlalu panjang dan mudah dipahami, pengguna TikTok tertarik dengan konten Vina Muliana terutama bagi orang-orang yang ingin mencari pekerjaan.



**Gambar 1. 1** Tampilan *Home* dari TikTok @vmuliana  
**Sumber:** TikTok Vina Muliana

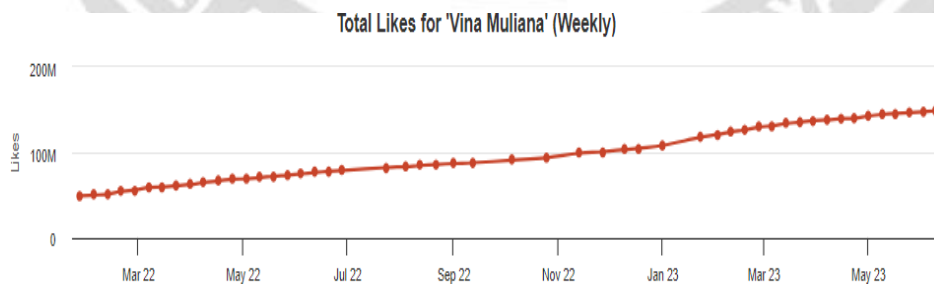
Saat ini Vina Muliana telah memiliki hampir 7.0 juta pengikut. Berawal dari Vina Muliana memiliki inisiatif membuat konten untuk membantu orang-orang yang sedang berjuang mencari pekerjaan selama masa pandemi dan memberikan solusi kepada pengikutnya melalui video-video singkat yang dibuatnya. Kesehariannya Vina Muliana bekerja sebagai pegawai di Mining Industry Indonesia (MIND ID), di salah satu perusahaan BUMN. Selain itu Vina Maulina memiliki prestasi sebagai none Jakarta Pada Tahun 2014. Lewat kontennya, Vina Muliana sering menjadi narasumber untuk menyampaikan tips berkarier informasi lain tentang dunia pekerjaan karena konten menginspirasi. Vina Muliana menjadi konten kreator TikTok yang masuk dalam daftar Forbes 30 Under 30 di Asia tahun 2022. Berawal dari membuat konten seputaran tips merangkai *resume* dan mekanisme agar mudah meraih pekerjaan di akun TikToknya, video konten

tersebut dapat membawa Vina Muliana menjadi *top creator* dalam edukasi meraih penghargaan kategori “*Best of Learning and Education TikTok Awards 2021*” (soclyfe.com, 2022).



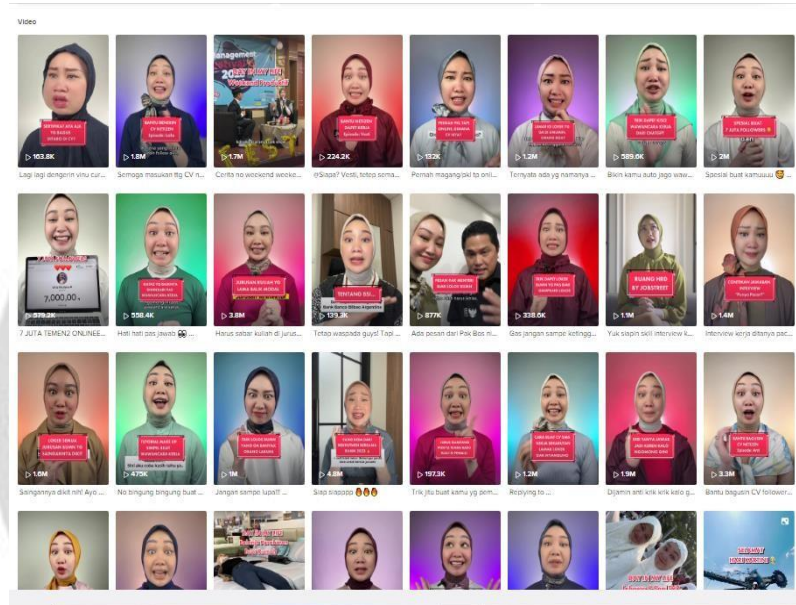
**Gambar 1. 2 Followers Vina Muliana**  
Sumber: *Social Blade*

Dalam situs *Social Blade*, pada akun TikTok @vmuliana menunjukkan kenaikan *followers* TikTok @vmuliana dari bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Mei 2023 yaitu mencapai 7.0 M. Semakin berkembangnya konten TikTok @vmuliana itu artinya disukai oleh pengguna TikTok yang ingin mencari informasi seputar dunia kerja, TikTok @vmuliana selalu bermanfaat untuk informasi seputar dunia kerja.



**Gambar 1. 3 Total Likes Vina Muliana**  
Sumber: *Social Blade*

Dalam situs *Social Blade*, pada akun TikTok @vmuliana menunjukkan kenaikan *likes* TikTok @vmuliana dari bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Mei 2023 yaitu mencapai 148.7 M. Dengan pertumbuhan yang terus meningkat, dapat dikatakan bahwa konten-konten TikTok @vmuliana disukai oleh pengguna TikTok dan *followers* TikTok @vmuliana.



**Gambar 1. 4 Konten-konten TikTok @vmuliana**  
**Sumber: TikTok Vina Muliana**

Berdasarkan gambar di atas bahwa konten TikTok @vmuliana terdiri dari 629 video terkait dengan dunia pekerjaan. Konten pertama yang dibuat oleh Vina Muliana yaitu video tentang karier dan pengalaman di satu perusahaan BUMN di Indonesia. Beberapa konten yang dibuat oleh TikTok @vmuliana yaitu tips membuat CV, jurusan kuliah yang dicari BUMN, lowongan pekerjaan untuk lulusan SMA/SMK, tips cara membuat portofolio, tips *interview* melamar pekerjaan, tips *attitude* yang baik pada saat wawancara kerja, latihan *interview* bahasa inggris, tips agar tidak ketipu penipuan lowongan pekerjaan, cara membuat surat lamaran kerja SMA/SMK, tips mendapat perkerjaan via linkedin, cara

menulis linkedin untuk *fresh graduate* dan SMA/SMK, kata-kata yang baiknya dihindari pas wawancara kerja dan masih banyak lagi konten yang dibuat oleh TikTok @vmuliana.

Temuan peneliti pada akun @vmuliana bahwa, salah satu *followers*-nya yaitu Retno Lupita Sari mengikuti dan menonton konten edukasi selama 1 tahun sehingga termotivasi untuk mendapatkan pekerjaan. Konten cara membuat CV (*Curriculum Vitae*) yang baik dan benar oleh Vina Muliana sehingga Retno Lupita Sari termotivasi mempersiapkan untuk melamar kerja. Dengan termotivasinya Retno atas konten-konten @vmuliana yang membuat *followers* tersebut mendapatkan pekerjaan.

Seiring berkembangnya TikTok dan berbagai pembuat konten seperti Vina Muliana mewarnai menggunakan aplikasi TikTok, peneliti tertarik untuk menganalisis akun TikTok Vina Muliana. Pengaruh jejaring sosial Instagram @netflixid pada kenikmatan melihat film di Netflix adalah research sebelumnya yang digunakan penulis untuk mencatat perbandingan (Delviana, 2021). Hasil survei menunjukkan bahwa pengguna Instagram yang medianya banyak memuat konten film seperti *caption*, gambar, dan video terpengaruh oleh media tersebut dan dianggap lebih cenderung menonton film. Indikator terburuk dari hubungan media adalah perhatian, dan indikator terburuk adalah persepsi. Studi ini berkontribusi membantu peneliti memahami dampak media sosial terhadap khalayak (masyarakat). Kontribusi penelitian terdahulu pada penelitian ini adalah jejaring sosial Instagram Netflix mempunyai pengaruh terhadap manfaat menonton dan dalam penelitian jejaring sosial TikTok @vmuliana mempunyai pengaruh terhadap motivasi masyarakat atau sosial. Variabel X penelitian ini memakai jejaring sosial Instagram, sedang peneliti memakai jejaring sosial “TikTok”. Variabel Y Variabel penelitiannya adalah motivasi yang berfokus pada fisiologis, keamanan, sosial, rasa syukur dan aktualisasi diri.



Penelitian kedua mengenai peran disiplin dan kepemimpinan yang efektif terhadap komitmen organisasi dan motivasi Maslow untuk kinerja tugas guru di sekolah dasar (Haryanto & Dewi, 2020). Dapat disimpulkan bahwa motivasi memiliki dampak yang signifikan terhadap bagaimana guru melakukan tugas mereka di Sekolah Dasar Negeri di Kota Surakarta. Konsep motivasi juga digunakan untuk menunjukkan perilaku yang tepat. Untuk memotivasi seseorang, perlu diketahui tingkat kebutuhan individu tersebut. Penelitian ini berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman peneliti terhadap teori Maslow. Artinya kontribusi penelitian terdahulu terhadap penelitian ini adalah teori Maslow mempengaruhi motivasi guru sekolah dasar dan teori yang sama dapat diterapkan pada peneliti ini yaitu teori motivasi mencari pekerjaan melalui akun tiktok @vmuliana dan terdiri dari lima indikator. yaitu fisiologi, keselamatan, sosial, apresiasi dan aktualisasi diri, maka motivasi yang dikirimkan melalui akun tiktok @vmuliana memuat memuat motivasi sesuai teori Abraham Maslow. Berdasarkan latar belakang tersebut dan penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk menguji pengaruh terpaan konten @vmuliana TikTok terhadap motivasi mencari kerja berdasarkan teori motivasi.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Seiring dengan banyaknya *platform* media sosial dimasa sekarang ini membuat masyarakat sering menghabiskan waktu untuk menggunakan media sosial, salah satunya adalah media sosial TikTok. Platform Tiktok dewasa ini sudah menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh khalayak umum. Oleh karena itu dengan sendirinya banyak juga penggiat media sosial tiktok yang menjadikannya menjadi salah satu ‘jembatan’ untuk bertukar informasi secara mudah dan cepat. Terpaan media sosial TikTok lebih mudah diterpa oleh berbagai informasi yang disampaikan oleh konten kreator. Hal tersebut juga didukung apabila seseorang atau pengguna TikTok tersebut juga fokus dan memperhatikan

setiap informasi yang diterimanya. Sebagai salah seorang konten kreator TikTok yang pernah mengalami PHK (Pemutusan Hubungan Kerja), Vina Muliana merasa perlu untuk berbagi informasi dan pengalaman di dunia kerja melalui konten yang ia buat di akun TikTok @vmuliana yang memuat tentang banyak manfaat untuk penontonnya. Terpaan konten TikTok @vmuliana dimungkinkan dapat mempengaruhi motivasi mencari kerja terhadap *followers* atau orang yang menonton akun TikTok @vmuliana yang mungkin bisa menjadikan konten tersebut sebagai bahan referensi dan juga sebagai bahan pelajaran yang bermanfaat dalam menemukan pekerjaan.

Dalam observasi awal yang penulis lakukan melalui akun tiktok @vmuliana, menemukan bahwa banyaknya jumlah penonton disetiap konten yang di unggah dan juga banyaknya komentar positif yang disampaikan oleh penonton konten tersebut yang penulis duga sebagai bentuk motivasi dan pengaruh yang timbul oleh penonton terhadap isi konten.

Berdasar uraian diatas, rumusan permasalahan penelitian ini ialah:

1. Apakah terdapat pengaruh konten “TikTok” @vmuliana terhadap motivasi mencari kerja.
2. Seberapa besar pengaruh terpaan konten TikTok @vmuliana terhadap motivasi mencari kerja.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan judul yang diangkat, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh terpaan konten TikTok @vmuliana terhadap motivasi mencari kerja.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

- Manfaat Akademis

Penelitian diharapkan bisa menjadi bahan kajian memberikan sumbangsih penelitian bidang ilmu. Serta bermanfaat sebagai sumber informasi dan referensi pembelajaran guna penelitian selanjutnya yang relevan.

- **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi memberikan kontribusi yang positif terhadap perkembangan studi tentang sosial media saat ini, khususnya bagi peneliti dan akademisi, umumnya bagi masyarakat luas.

- **Manfaat Sosial**

Penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan suatu fenomena sosial, yaitu pengaruh terpaan konten TikTok @vmuliana terhadap motivasi mencari kerja.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

### **Bab I PENDAHULUAN**

Berisikan pendahuluan yaitu latar belakang, Selanjutnya perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **Bab II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisikan landasan teori sebagai konsep peneliti gunakan. Selanjutnya kerangka berpikir dari penjelasan landasan teori disusun dalam sebuah bagan.

### **Bab III METODE PENELITIAN**

Berisikan paradigma penelitian peneliti memperkuat penelitian masalah. Pendekatan penelitian dengan argumentasi dengan masalah yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan oleh

peneliti agar relevan dengan diteliti. Populasi uji statistik yang digunakan.

Bab IV PEMBAHASAN

Berisi gambaran umum populasi sampel penelitian, penyampaian hasil olah data penelitian dan interpretasi penelitian.

Bab V PENUTUP

Berisikan kesimpulan dan saran di bab awal hingga bab akhir.

