

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman membuat teknologi dan komunikasi semakin maju dan berkembang, sehingga suatu informasi atau pesan dapat disampaikan dengan cepat. Peranan teknologi komunikasi berpengaruh besar dalam mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku manusia pada kehidupan bermasyarakat dan harus mampu beradaptasi dengan perubahan-perubahan sebagai akibat dari cepatnya perkembangan teknologi. Teknologi yang terus berkembang dan banyak memunculkan inovasi baru yang membuat komunikasi terasa lebih mudah karena terpenuhinya saluran baru.

Teknologi informasi saat ini sangat berkembang pesat di dalam kehidupan masyarakat. Penggunaan fasilitas teknologi yang semakin canggih memberikan peluang bagi setiap individu untuk mengakses informasi sesuai keinginan dengan mudah tanpa memikirkan waktu. Banyaknya teknologi yang bermunculan menjadi sebuah keharusan bagi tiap-tiap generasi untuk turut serta mendukung perkembangan teknologi yang ada. Sekarang ini, remaja merupakan kalangan yang sering menggunakan media internet khususnya media sosial sebagai sarana untuk mencari informasi maupun berkomunikasi dengan teman di situs jejaring sosial.

Hadirnya media baru sebagai bukti bahwa perkembangan teknologi memang sudah sangat pesat. Penggunaan media baru pada berbagai kalangan umur tentunya memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan si pengguna. Pemanfaatan media baru oleh generasi muda atau yang biasa kita sebut dengan generasi milenial

ialah untuk menunjang kebutuhan informasi, komunikasi, hiburan dan transaksi secara *online*. Media baru memiliki sifat interaktif, yang artinya khalayak tidak hanya menerima informasi namun media memberikan hak kepada khalayak untuk menjadi lebih aktif dari sekedar membaca dan menonton informasi yang disediakan oleh media.

Media baru menyajikan sebuah bentuk informasi atau isi pesan berupa bentuk virtual, sehingga khalayak dapat mengakses, mencari dan memproduksi informasi menggunakan jaringan internet. Media baru memiliki beberapa bentuk yaitu situs web, blog, e-mail, media sosial, komunitas online dan lainnya. Media sosial merupakan salah satu media baru yang sangat populer, digemari dan paling banyak digunakan. Media sosial dapat menghubungkan banyak khalayak dari berbagai negara dan menjadikannya sebagai tempat melakukan interaksi sosial secara virtual. Media sosial terbagi menjadi beberapa bentuk yaitu *Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Line, Linkedin, Telegram, Tiktok* dan masih banyak lagi.

Negara Indonesia merupakan salah satu yang memiliki catatan sebagai pengguna media sosial terbesar ke 10, dengan jumlah pengguna media atau internet mencapai 202,6 juta. Beberapa aplikasi yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia diantaranya seperti *Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook* dan *TikTok*. (Sumber:<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>, diakses pada 24 Maret 2022).

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini membuat banyak orang berlomba-lomba untuk menyajikan segala sesuatu yang baru, inspiratif dan dapat dinikmati oleh semua kalangan. Pada masa ini konten video adalah yang paling diminati, karena banyak dari khalayak yang merasa bahwa video dapat lebih mudah dimengerti dan menghibur, visualisasi cenderung menjadi pertimbangan khalayak dalam menangkap sebuah informasi.

Aplikasi media sosial yang sedang digemari oleh kalangan muda mudi pada saat ini adalah *TikTok*. Tujuan utama dari aplikasi tiktok adalah menjadi tempat para komunitas pencipta video singkat yang dilengkapi dengan beragam musik. Aplikasi ini sudah diakui sebagai wadah bagi para penggunanya untuk menampilkan beragam hal menarik dari hasil kreativitas mereka dengan cara yang lebih cepat dan mudah.

TikTok adalah aplikasi yang berhasil menarik banyak perhatian dari masyarakat. Aplikasi *TikTok* mudah dijangkau oleh pengguna karena hanya perlu diunduh dari *Play Store* bagi pengguna Android dan *App Store* bagi pengguna iOS. *TikTok* merupakan aplikasi dimana pengguna dapat membuat video pendek berdurasi hingga 60 detik lamanya. *TikTok* pun telah memberikan banyak informasi dan pengetahuan sehingga banyak orang yang dari tidak tahu menjadi tahu berkat aplikasi *TikTok*.

TikTok merupakan aplikasi yang memberikan *special effect* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman atau pengguna lainnya. Aplikasi sosial video pendek ini memiliki dukungan

musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas penggunanya menjadi *content creatore*.

Konten yang disajikan oleh pengguna amat beragam, mulai dari *dance-dance* unik, video *humor*, tutorial memasak, *fashion and beauty*, *life hacks*, *story telling*, dan video tentang kisah inspiratif dan edukasi. Tak luput *TikTok* sekarang juga menjadi ladang untuk menghasilkan pendapatan bagi para pembisnis atau pengusaha baru. Banyak dari pengguna atau khalayak yang memanfaatkan video pendek sebagai bentuk ulasan atau *review* produk yang sedang dipasarkan.

Dikutip dari “pubiway.com” fenomena perkembangan zaman diatas, *TikTok* sendiri adalah sebuah aplikasi yang berasal dari Negara China atau Negara Tirai Bambu. Aplikasi ini release perdana pada September 2016, oleh pendirinya Tou Tiaow yang tidak lain adalah Zhang Yi Ming. Dalam waktu singkat aplikasi video pendek ini menjaring seratus juta pengguna dan mencapai satu miliar video *views* setiap harinya. (sumber: <https://pubiway.com/tik-tok-berasal-dari-mana/> diakses pada 24 Maret 2022)

Awalnya aplikasi ini bernama Douyin dan menggunakan bahasa mandarin namun dikarenakan minat pasar yang banyak, dari minat tersebut maka dilakukan netralisasi dan penyebaran dengan menggunakan nama baru yaitu *TikTok*. Nama tersebut dianggap lebih mudah secara lafal dan menarik dari segi *brand image*. Sekarang aplikasi ini sudah tersedia berbagai bahasa di dalamnya, hal ini dibuat untuk mempermudah para penggunanya di seluruh dunia.

TikTok juga bertujuan untuk menyajikan kreativitas dan mendorong pengguna sebagai konten kreator. Sudah hampir 6 tahun setelah diluncurkan, *TikTok* mengalami popularitas khususnya di Indonesia. Dalam hitungan 10-15 detik pada video, sudah terciptanya sebuah konten dan konten kreator baru yang dapat diikuti dan dinikmati oleh seluruh pengguna. Reputasi *TikTok* diprediksi akan semakin populer di tingkat global. Menurut perusahaan riset Insider Intelligence, *TikTok* diramalkan akan menjadi media sosial terbesar ketiga di dunia. *TikTok* bakal lebih besar dari Twitter, dan akan membayangi *Facebook* dan *Instagram*, dari segi jumlah pengguna aktif.

Dalam laporannya, Insider Intelligence memprediksi bahwa *TikTok* akan memiliki pengguna aktif mencapai 755 juta orang pada tahun 2022. Angka tersebut diraih berdasarkan pertumbuhan pengguna *TikTok* pada tahun 2020 yang mencapai 59,8 persen dan 40,8 persen pada tahun 2021. (Sumber: <https://TikTok Diprediksi Jadi Medsos Terbesar Ketiga pada 2022 - Kompas.com> diakses pada 24 Maret 2022).

Terdapat data lain khususnya untuk pengguna di Indonesia secara luas, melansir dikutip dari “Suara.com” Riset ini menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022. Angka ini meningkat 21 juta atau 12,6 persen dari tahun 2021. Dalam laporan bertajuk Digital 2022 Indonesia, DataReportal membeberkan bahwa angka ini setara dengan 68,9 persen dari total populasi di Indonesia. Sebagai perbandingan, jumlah penduduk di Indonesia kini mencapai 277,7 juta hingga Januari 2022. Dari data periklanan ByteDance, jumlah pengguna *TikTok* di Indonesia mencapai 92,07 juta pada tahun

2022. Namun perlu diketahui kalau angka itu adalah pengguna yang berusia 18 tahun ke atas. (Sumber: <https://amp.suara.com/tag/datareportal> diakses pada 24 Maret 2022).

Adapun riset di atas menunjukkan bahwa khalayak di Indonesia sangat menyukai aplikasi *TikTok*. Tak jarang konten edukasi sering terpampang di beranda atau biasa disebut *For Your Page*, salah satu akun yang menjadi perhatian orang banyak adalah @Vmuliana. Berawal dari alasan untuk mencari kegiatan baru, Vina yang juga merupakan pemilik akun tersebut secara tidak sengaja berhasil menjadi salah satu dari banyaknya *content creator* yang dapat menginspirasi banyak orang.

Vina Muliana adalah salah satu karyawan perusahaan BUMN Indonesia yang berfokus membahas konten edukasi untuk membangun karier dan profesionalisme dunia kerja. Konten Vina berawal dari keprihatinannya akan banyaknya orang yang terpaksa kehilangan pekerjaan mereka karena dampak dari pandemic covid19. Dikutip dari “BPS.com” Badan Pusat Statistik terdapat 29,12 juta orang (14,28 persen) penduduk usia kerja yang terdampak Covid-19, terdiri dari pengangguran karena Covid-19 (2,56 juta orang), Bukan Angkatan Kerja (BAK) karena Covid-19 (0,76 juta orang), sementara tidak bekerja karena Covid-19 (1,77 juta orang), dan penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena Covid-19 (24,03 juta orang). (Sumber: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html> diakses pada 24 Maret 2022).

Pemerintah Kota Jakarta Selatan melalui Suku Dinas Ketenagakerjaan dan Transmigrasi berupaya untuk mengurangi angka pengangguran. Kepala Suku Dinas Ketenagakerjaan dan Transmigrasi Jakarta Selatan Sudrajad mengatakan, jumlah pengangguran terbuka di wilayahnya berjumlah 122.390 orang. Sementara itu, jumlah penduduk usia kerja di Jakarta Selatan sebanyak 1.777.204 orang. Kenaikan angka pengangguran di Jakarta Selatan salah satunya disebabkan pemutusan hubungan kerja (PHK) saat pandemi Covid-19. (Sumber: <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/10/12/17401391/pengangguran-di-jakarta-selatan-meningkat-selama-masa-pandemi-covid-19?page=all> diakses 24 Maret 2022).

Berawal dari niat untuk membantu sesama, Vina berusaha memberikan solusi melalui konten edukasinya. Tidak disangka minat dari khalayak sangatlah tinggi. Dalam satu minggu setelah di upload hari kelima videonya menjadi sangat populer, banyak akun yang *me-repost* konten tersebut. Dikutip dari “herstory.co.id” Vina berhasil meraih 100 ribu pengikut dalam sebulan, berjalan 3 bulan kemudian pengikutnya menjadi 1 Juta akun dan sampai saat ini pengikutnya sudah bertambah menjadi 4,2 Juta akun. (Sumber: <https://herstory.co.id/read51068/setahun-berkarya-melalui-tiktok-ini-profil-vina-maulina-yang-menangkan-kategori-best-of-learning-and-education> diakses pada 24 Maret 2022).

Dilansir dari akun *TikTok* @Vmuliana Konten nya seputar dari trik membuat CV SMA/D3/S1 atau tidak ada pengalaman dengan total 595,9rb penonton, lalu Trik foto profesional untuk linkedin dengan 5,5juta penonton, jurus jitu bikin video perkenalan diri ngelamar kerja sebanyak 8,9juta penonton,

bagaimana membuat jawaban pada saat interview khusus untuk yang sudah menganggur lama sebanyak 10,5juta penonton. Tidak hanya itu Vina juga menjelaskan bagaimana cara bekerja atau masuk ke kantor BUMN dengan 1,1 Juta penonton, Tips perkenalan diri SMA/SMK pas wawancara kerja dengan 4,0juta penonton, ada juga Tips untuk membuat CV Fresh Graduate tidak ada pengalaman kerja dengan 1,7juta penonton, lalu kemampuan penulisan dasar cara membuat email lamaran kerja dengan 636,8rb penonton, sampai dengan tips pilih baju untuk melaakukan wawancara kerja dengan 111,5rb penonton.

Dengan data yang ada di atas penulis melakukan penelitian ini sebagai bentuk riset untuk melihat banyaknya kaum milenial khususnya di daerah Jakarta Selatan yang mengalami dampak pada perilaku imitasi saat menonton konten edukasi dari akun @Vmauliana khususnya dalam profesionalisme saat masuk ke dunia kerja.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, Peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KONTEN EDUKASI AKUN *TIKTOK* VINA MULIANA TERHADAP PENGETAHUAN DAN PERILAKU IMITASI KAUM MILENIAL JAKARTA SELATAN (Survei pada Remaja RW 008 Kelurahan Gunung, Jakarta Selatan) “**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah usaha untuk menyatakan secara tersurat pertanyaan-pertanyaan penelitian yang perlu dijawab atau dicarikan jalan keluar pemecahannya. Berdasarkan latar belakang diatas pembatasan masalah sangat

diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas, adapun masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh konten edukasi akun *tiktok* Vina Muliana terhadap pengetahuan kaum milenial Jakarta Selatan?
2. Seberapa besar pengaruh konten edukasi akun *tiktok* Vina Muliana terhadap perilaku imitasi kaum milenial Jakarta Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berperan untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan atau soal-soal melalui aplikasi ataupun suatu prosedur ilmiah yang sistematis dengan mengumpulkan fakta-fakta untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan atau persoalan. Tujuan penelitian merupakan sesuatu yang hendak dicapai atau dicari yang relevan dengan masalah dan sejalan dengan judul serta sesuai dengan hasil penelitian. Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, peneliti ingin mencoba menjabarkan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya konten edukasi akun *TikTok* Vina Muliana terhadap pengetahuan dan perilaku imitasi kaum milenial Jakarta Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat secara teoritis dan praktis. Manfaat teoritis merupakan perkembangan ilmu pengetahuan sedangkan manfaat praktis merupakan manfaat untuk instansi pemerintahan, ilmuwan, dan lainnya. Setiap penelitian pasti memiliki manfaat bagi keilmuan. Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan memperluas wawasan di bidang Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan pemanfaatan media komunikasi, tentang Pengaruh konten edukasi tersebut terhadap pengetahuan dan perilaku imitasi kaum milenial Jakarta Selatan.

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi pengetahuan dan perilaku imitasi kaum milenial khususnya di Jakarta Selatan untuk menghadapi profesionalisme dunia kerja dan tersampainya pesan dengan baik serta dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

