

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi, saat ini telah mengubah cara pandang manusia dalam berinteraksi. Hal ini disebabkan oleh, meningkatnya kebutuhan akan arus informasi, komunikasi dan hiburan yang meningkatkan pengguna teknologi komunikasi modern. Membuat internet menjadi peran penting manusia dalam berkomunikasi. Hadirnya *new media* telah mempengaruhi polakomunikasi dan cara mendapatkan suatu pesan. *New media* atau media baru memungkinkan terjadinya konvergensi media yaitu, dimana suatu media mempunyai beragam tampilan yang menarik untuk disaksikan.

Dengan konvergensi media membuat saling berintegrasinya media massa konvensional dengan media *online*, yang memungkinkan terjadinya perluasan jaringan, perluasan khalayak hingga perluasan interaksi. konvergensi media menggabungkan kombinasi dari unsur visual, audio, animasi dan grafik yang menjadi satu kesatuan yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dalam proses komunikasi

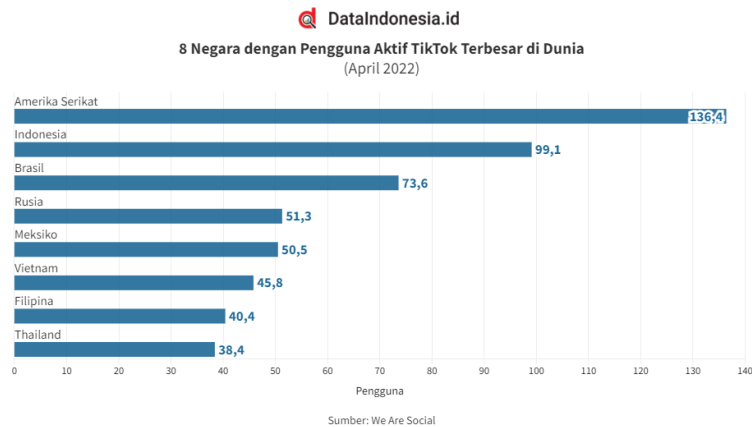
Media menjadi suatu alat atau sarana komunikasi yang digunakan masyarakat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Sebelum adanya teknologi digital, komunikasi antar manusia kurang efisien karena terhalang ruang dan waktu. Dengan menggunakan media baru salah

satunya media sosial yang lebih mudah dan praktis dalam penggunaannya, media sosial menjadi ruang digital baru yang diminati semua kalangan.

Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang (M Ivan Mahdi, 2022). Media sosial menjadi wadah untuk pengguna berekspresi dalam penyajian konten maupun dalam menyampaikan informasi. Dengan bermodalkan *smartphone* dan jaringan seluler masyarakat dapat mengakses media sosial seperti Twitter, Facebook, Tik Tok dan saat ini Tik Tok sangat populer di semua kalangan.

Tik Tok merupakan aplikasi yang berisikan video singkat dengan beragam cara penyampaian informasinya. Melalui Tik Tok, pengguna bebas dalam berekspresi dalam menyajikan suatu konten, mulai dari untuk hiburan, pengetahuan bahkan saat ini menjadi media informasi. Pada dasarnya aplikasi Tik Tok ini dapat menumbuhkan rasa kesenangan tersendiri bagi pengguna. Kemunculan Tik Tok di mulai sebagai video *lip-sync*, serta beragam fitur seperti efek wajah, dll yang dimiliki Tik Tok untuk menarik perhatian. Dengan durasi yang singkat membuat pengguna tidak akan bosan untuk *scrolling* untuk melihat beragam konten yang di unggah pengguna lainnya.

Gambar 1. 1 8 Negara Pengguna Aktif Tik Tok Terbesar di Dunia



Sumber: *We Are Sosial*

Berdasarkan data dari *We Are Sosial* yang di lansir oleh DataIndonesia.id menunjukkan bahwa Indonesia berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna aktif Tik Tok terbesar 99,1 juta orang. Pengguna TikTok di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di TikTok sebanyak 23,1 jam per bulan. Data ini menunjukkan bahwa media sosial Tik Tok menjadi media sosial terpopuler dan sangat di minati masyarakat untuk sekedar mencari hiburan sampai mencari informasi. (Monavia Ayu Rizaty, 2022).

Sebelumnya di Indonesia sendiri aplikasi Tik Tok kurang diminati karena dinilai sebagai Aplikasi “kurang berbobot” dengan banyaknya pengguna yang kurang memanfaatkan ke hal yang lebih positif hingga di blokir oleh KOMINFO. Buruknya pandang masyarakat karena berisikan konten “alay” pada Tik Tok ini sudah tergantikan dengan banyaknya konten yang bermanfaat. Aplikasi Tik Tok saat ini menjadi ajang penggunanya berlomba – lomba untuk membuat konten kreatif yang beragam.

Tik Tok memberi dampak luas bagi penggunanya, banyak pengguna yang merasa terbantu bahkan jadi belajar melalui Tik Tok. Mulai menjadi pengguna yang sering membuat konten, sampai pada akhirnya fokus menjadi *Content Creator* berkat aktif di sosial media Tik Tok yang memungkinkan konten tersebut disukai banyak orang. Salah satunya adalah Foiman Zega seorang pegawai BUMN sekaligus *Education Content Creator*. Sejak kemunculannya sejak tahun 2020 dengan mulai membuat konten seputar profil perusahaan tempat Foiman berkarir yaitu Bank BTN, dengan membahas seputar lowongan kerja, tips masuk bank BTN, tips lolos seleksi BUMN dll,

Foiman Zega berinisiatif membagikan pengalamannya melalui konten di Tik Tok, kontennya berisikan tentang edukasi terkait karir. Saat ini di media sosial melalui konten penggunanya dapat memberi ilmu sekreatif mungkin. Melalui konten para creator bisa mengedukasi *followers* nya. Seperti Foiman Berawal dari memberikan informasi sepuar perusahaan yang ia tempuh saat ini, Foiman Zega konsisten membuat konten sepuatr edukasi karir BUMN seperti, tips *interview*, tips membuat cv, untuk membantu para *fresh graduate* maupun mahasiswa tingkat akhir.

Bagi *fresh graduate* dan mahasiswa tingkat akhir permasalahan karir sudah menjadi hal penting yang perlu dipikirkan. Pentingnya edukasi untuk memulai karir seperti, bagaimana tips *interview*, tips mengerjakan soal TKD dan tips – tips yang lainnya. Agar kita tau bagaimana menjadi pelamar yang baik, perlu adanya perencanaan karir yang matang. Terlebih lagi untuk menembus perjalanan karir sampai ke BUMN bukan hal yang mudah.

Perusahaan – perusahaan milik negara ini, memiliki banyak test & serangkaian *interview* yang harus dilewati untuk bisa menjadi bagian mereka. Perlunya ilmu bukan sekedar teori tetapi pengalaman seseorang yang sudah menjadi bagian di BUMN. Melalui media sosial Tik Tok @Foimanzega yang sering membagikan pengalamannya serta tips dalam berkarir salah satunya untuk bisa berkarir di BUMN.

Akun Tik Tok @Foimanzega saat ini telah mencapai sekitar 166,6K *followers* dan 2,0M *likes*. Foiman zega merupakan seorang pegawai bankBTN, Mc, Singer, *Traniner* sekaligus *Education Content Creator*. Melalui karyanya di Tik Tok Foiman Zega dikenal banyak orang dengan segudang ilmu yang dimiliki. Sering kali membahas soal – soal TKD yang di perlukan untuk masuk ke BUMN. Foiman zega juga terpilih menjadi relawan bakti BUMN dari total pendaftar 11.063 yang berlokasi di Ikn, Nusantara. Foiman zega membuat aplikasi Tik Tok hidup dibidang edukasi, selain memberi manfaat untuk penggunanya dia juga mengajak penggunanya untuk berkontribusi dalam hal – hal positif melalui akun sosial media Tik Tok. Foiman zega dapat dikatakan sebagai salah satu kiblat bagi penguna Tik Tokdi bidang edukasi karir.

Salah satu alasan mengapa aplikasi Tik Tok di pilih sebagai salah satu media yang paling populer dan diminati oelh masyarakat luas dianatranya adalah pemutaran video dan lagu yang memiliki durasi pendek, kemudian dibalut dengan beberapa konten hiburan seperti *fashion*, informasi berita umum, gaya hidup, dan beberapa ilmu pengetahuan yang dikombinasikan

dengan suara musik dan efek sehingga sangat mudah di ingat oleh khlayak ramai. Edukukasi dalam Tik Tok merupakan edukasi informal dimana ilmu - ilmu yang disajikan di dalam aplikasi ini bersifat umum ataupun spesipik tergantung konten apa yang di sajikan oleh pengguna.

Maka berdasarkan penjelasan di atas akun Tik Tok Foiman Zega inisebagai tempat penyampaian pesan – pesan dan informasi seputar edukasi tentang karir, dapat dilakukan penelitian lebih mendalam pada akun tiktok Foiman Zega mengenai analisis konten Tik Tok pada akun @Foimanzega sebagai media edukasi dibidang karir BUMN. Dengan itu peneliti mengerucutkan dengan menganalisis 10 video Tik Tok @Foimanzegaberdasarkan *viewers* terbananyak. Oleh sebab itu, peneliti mengambil judul “TIK TOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI TENTANG KARIR BUMN” (Analisis Semiotika Konten Tik Tok Pada Akun @Foimanzega Sebagai Media Edukasi *Followers*)

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah:

”Bagaimana Konten Tik Tok Pada Akun @Foimanzega Sebagai Media Edukasi Tentang Karir BUMN?”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka peneliti memperoleh beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dalam konten Tik Tok @Foimanzega sebagai media edukasi karir tentang BUMN?
2. Bagaimana realitas eskternal dalam konten Tik Tok @Foimanzega sebagai media edukasi tentang BUMN?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan penulis yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) dalam konten Tik Tok @Foimanzega sebagai media edukasi tentang karir BUMN
2. Mengetahui realitas eskternal dalam konten Tik Tok @Foimanzega sebagai media edukasi tentang karir BUMN

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Hasi Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan sumber mengenai analisis konten di sosial media, memberikan gambaran

dalam membaca makna yang terkandung dalam sebuah konten melalui kacamata semiotika dan dapat memperluas wawasan di bidang komunikasi.

1.3.2.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi khalayak secara umum mengenai analisis konten media sosial, dengan demikian dapat dijadikan acuan yang berguna bagi bidang media sosial sebagai media komunikasi yang dapat bermanfaat bagi khalayak luas.