# BAB II

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

## Kajian Literatur

## Review Penelitian Sejenis

Penelitian mengenai pemanfaatan media sosial, khususnya TikTok, sebagai media informasi karier dan ekspresi diri telah banyak dilakukan dalam beberapa tahun terakhir. Kajian ini mereview delapan penelitian sebelumnya yang relevan dengan tema penelitian, yaitu fenomenologi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap konten karier pada akun TikTok @vmuliana.

Penelitian Harianja dan Syahputra (2023) dari Universitas Internasional Batam menganalisis pemanfaatan konten edukasi karier dari akun TikTok @vmuliana sebagai media pembelajaran. Hasil studi menunjukkan bahwa kualitas informasi, sistem penyampaian, dan konten sangat berpengaruh terhadap efektivitas pembelajaran non-formal di kalangan pemuda. Penelitian ini menyoroti potensi konten TikTok sebagai sumber edukasi karier yang adaptif terhadap karakteristik generasi muda.

Selanjutnya, penelitian dari Universitas Negeri Surabaya (2023) menunjukkan bahwa konten-konten yang disampaikan oleh Vina Muliana, seperti tips karier, pemilihan jurusan, dan pengembangan diri, memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan literasi karier remaja. Fokus penelitian ini ada pada fungsi edukatif TikTok dalam dunia pendidikan informal.

Dari Universitas Muhammadiyah Surakarta, sebuah studi fenomenologi bertajuk “Media Sosial TikTok sebagai Eksistensi Diri” mengungkap bahwa

8

mahasiswa menggunakan TikTok untuk memperkuat eksistensi dan membangun citra diri. Penelitian ini menekankan pentingnya media sosial sebagai alat representasi personal, termasuk untuk pengembangan karier.

Penelitian oleh Tanujaya & Lay dari Universitas Nusa Cendana Kupang membahas ekspresi diri melalui TikTok pada kalangan dosen dan mahasiswa Ilmu Komunikasi. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya digunakan untuk hiburan, melainkan juga sebagai medium profesional untuk menyampaikan ide, edukasi, dan karier.

Terakhir, studi dari UNISKA MAB Banjarmasin mengkaji perilaku komunikasi mahasiswa dalam menggunakan TikTok. Penelitian ini menyimpulkan bahwa mahasiswa menunjukkan pola komunikasi yang selektif dan adaptif, tergantung pada relevansi konten dengan kebutuhan pribadi, termasuk konten karier.

Dari lima penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial TikTok telah berevolusi dari platform hiburan menjadi medium edukatif dan reflektif yang signifikan, khususnya dalam konteks pengembangan diri dan karier. Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji pengalaman fenomenologis mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS angkatan 2021 terhadap akun @vmuliana. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kontribusi penting dalam memperkaya khasanah kajian komunikasi digital dan fenomenologi mahasiswa terhadap konten seputar karier di TikTok.

**Tabel 2. 1 Penelitian Sejenis**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama dan****Judul Penelitian** | **Hasil Penelitian** | **Persamaan** | **Perbedaan** |
| 1. | Rezky Hasanah Harianj-a & Bayu Syahputra (2025) Analisis Pemanfaatan Konten Vina Maulina di Bidang Karier pada Aplikasi TikTok sebagai MediaPembelajaran | Konten Vina Maulina dianggap efektif sebagai media pembelajaran karier. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teori model IS Success DeLone & McLean | Fokus pada konten TikTok Vina Muliana, media edukasi karier | Pendekatannya sistem informasi pembelajaran |
| 2. | Rahma Agusti Ningtyas, Elsa Zafira, Reza Zahria (2023) Peran Konten TikTok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karier RemajaSurabaya | Konten edukatif membantu remaja memahami dunia kerja dan menentukan jurusan.Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dan teori Uses andGratifications | Sama-sama mengkaji pengaruh konten @vmuliana | Fokus pada remaja Surabaya sebagai subjek |
| 3. | Augustha, ErdinDamara & Yudha | TikTok digunakansebagai sarana eksistensi dan | TikTok sebagai ruang | Tidak fokus pada konten |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Wirawanda (2023) Media Sosial TikTok sebagai Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan TikTok pada Mahasiswa diSurakarta) | representasi diri mahasiswa.Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan fenomenologi dan teori identitas sosial serta fenomenologi. | eksplorasi diri mahasiswa | edukatif atau karier |
| 4. | Wea, M.,Letuna, M. A., & Leuape, E. S. (2023) Aplikasi TikTok sebagai Ajang Ekspresi Diri (Studi Fenomenologi pada Dosen dan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nusa CendanaKupang) | . TikTok digunakan untuk mengekspresikan opini, kreativitas, dan pengalaman personal/profesional.Penelitian ini menggunakan metode kualitatif konsep fenomenologi dan teori ekspresi diri. | Fokus pada ekspresi diri pengguna TikTok | Subjek penelitian melibatkan dosen & mahasiswa |
| 5 | Desy Oktaheriyani,M. Ali Wafa, Shen ShadiqienAnalisis | Mahasiswa menunjukkan pola komunikasi selektif dan cermatberdasarkan | Fokus pada perilaku komunikasi penggunaTikTok | Tidak fokus pada konten spesifik seperti @vmuliana |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok (Studi Pada Mahasiswa FISIP UNISKA MABBanjarmasin | kebutuhan dan relevansi konten. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teori interaksi simbolik. |  |  |

**Sumber: diolah peneliti 2025**

## Kerangka Konseptual

## Komunikasi

## Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu aspek paling mendasar dalam kehidupan manusia. Manusia sebagai makhluk sosial secara alami membutuhkan komunikasi untuk menjalin hubungan, menyampaikan kebutuhan, dan mempertahankan keberadaan dalam kelompok. Secara umum, komunikasi tidak hanya mencakup pertukaran pesan atau informasi, tetapi juga mencerminkan proses penyampaian makna yang melibatkan konteks sosial dan psikologis.

Menurut Kurniasih dan Sani (2020), komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan antara dua pihak atau lebih yang bertujuan untuk mencapai pemahaman bersama. Proses ini dapat berlangsung secara langsung maupun tidak langsung melalui berbagai media. Komunikasi juga merupakan jembatan

dalam membangun hubungan interpersonal yang sehat dan produktif, baik dalam lingkungan keluarga, pendidikan, maupun organisasi.

Sementara itu, menurut Wibowo (2016), komunikasi adalah suatu proses interaksi antara individu yang saling mempengaruhi melalui pesan yang disampaikan secara lisan, tulisan, atau isyarat dalam suatu konteks tertentu. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga memiliki dimensi sosial dan psikologis.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dinamis yang melibatkan pertukaran pesan antar individu untuk menciptakan pemahaman, pengaruh, dan hubungan sosial yang harmonis.

## Unsur Komunikasi

Agar komunikasi dapat berlangsung secara efektif, diperlukan unsur-unsur utama yang saling berkaitan satu sama lain. Unsur-unsur ini bekerja secara sistemik dan memengaruhi keberhasilan suatu proses komunikasi. Menurut Purwanto (2021), terdapat enam unsur pokok dalam komunikasi, yaitu: komunikator, pesan, media, komunikan, efek, dan umpan balik. Setiap unsur memiliki fungsi dan kontribusi spesifik dalam menciptakan proses komunikasi yang efektif.

* + - * 1. Komunikator (Pemberi Pesan)

Komunikator merupakan pihak yang memulai proses komunikasi dengan menyampaikan pesan kepada pihak lain. Komunikator bisa berupa individu, kelompok, atau institusi yang memiliki tujuan tertentu dalam

menyampaikan informasi. Menurut Kurniasih dan Sani (2020), efektivitas seorang komunikator dipengaruhi oleh kredibilitas, kejelasan pesan, kemampuan menyusun informasi, serta keterampilan interpersonal. Dalam konteks komunikasi interpersonal atau edukatif, peran komunikator sangat menentukan bagaimana pesan ditafsirkan dan diterima.

* + - * 1. Pesan

Pesan adalah isi atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan bisa berupa informasi, ide, perasaan, instruksi, atau gagasan yang dikodekan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Efektivitas pesan sangat tergantung pada kejelasan, relevansi, struktur bahasa, dan kesesuaian dengan latar belakang komunikan. Pesan yang tidak dirancang dengan baik akan menimbulkan ambiguitas atau kesalahpahaman. Oleh karena itu, pemilihan kata, nada suara, serta simbol- simbol komunikasi lainnya sangat memengaruhi keberhasilan komunikasi (Wibowo, 2016).

* + - * 1. Media (Saluran)

Media atau saluran adalah alat atau cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan. Media komunikasi dapat berupa komunikasi langsung (tatap muka), media cetak, media elektronik, atau media digital seperti media sosial. Pemilihan media yang tepat harus mempertimbangkan karakteristik komunikan, urgensi pesan, serta konteks sosial budaya. Menurut Ramadani dan Syafaruddin (2017),

media yang sesuai akan memperkuat pemahaman dan mempercepat respons dari komunikan.

* + - * 1. Komunikan (Penerima Pesan)

Komunikan adalah pihak yang menerima pesan dan menafsirkannya sesuai dengan pengalaman, latar belakang, dan kerangka pikirnya. Keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada kemampuan komunikan dalam menginterpretasikan pesan yang diterima. Perbedaan persepsi antara komunikator dan komunikan sering kali menjadi penyebab utama gangguan komunikasi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap audiens atau komunikan sangat penting agar pesan tidak disalahartikan (Purwanto, 2021).

* + - * 1. Efek

Efek adalah hasil atau dampak yang ditimbulkan dari proses komunikasi. Efek ini dapat berupa perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku komunikan. Dalam komunikasi yang bersifat persuasif atau edukatif, efek diharapkan sesuai dengan tujuan komunikator. Menurut Notoatmodjo (2020), komunikasi dikatakan berhasil jika pesan yang disampaikan mampu memengaruhi komunikan secara positif dan sesuai dengan yang diharapkan.

* + - * 1. Umpan Balik (*Feedback*)

Umpan balik merupakan tanggapan atau respons dari komunikan terhadap pesan yang diterima. Umpan balik dapat berupa pertanyaan, ekspresi wajah, tindakan, atau pernyataan lisan. Dalam komunikasi dua arah, feedback berfungsi sebagai alat evaluasi yang menunjukkan apakah pesan telah diterima dan dipahami dengan baik. Komunikasi yang tidak dilengkapi

dengan feedback cenderung bersifat satu arah dan berisiko menimbulkan kesalahpahaman (Kurniasih & Sani, 2020).

## Fungsi Komunikasi

Komunikasi merupakan bagian integral dari kehidupan manusia yang tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga memiliki berbagai fungsi sosial, psikologis, dan edukatif. Dalam konteks perkembangan teknologi digital, komunikasi mengalami transformasi bentuk dan medium, salah satunya melalui platform media sosial seperti TikTok. Menurut Notoatmodjo (2020), komunikasi memiliki lima fungsi utama yang tetap relevan meskipun terjadi perubahan media: fungsi informatif, edukatif, ekspresif, kontrol, dan sosial. Fungsi-fungsi ini dapat dijelaskan dalam konteks belajar karier melalui konten TikTok sebagai berikut:

* + - * 1. Fungsi Informatif

Fungsi informatif berperan dalam menyampaikan pengetahuan, fakta, atau informasi kepada khalayak. Dalam konteks akun TikTok @vmuliana, konten-konten yang dibagikan menyajikan informasi seputar pengembangan karier, wawasan dunia kerja, tips wawancara, dan pembuatan CV. Mahasiswa sebagai audiens menerima informasi tersebut dalam bentuk narasi singkat yang padat dan mudah dipahami. Informasi ini menjadi bekal awal bagi mahasiswa untuk memahami dinamika dunia kerja secara lebih praktis. Sebagaimana diungkapkan oleh Ramadani dan Syafaruddin (2017), fungsi informatif komunikasi sangat penting dalam

membentuk pemahaman dan memperluas pengetahuan individu melalui paparan beragam media.

* + - * 1. Fungsi Edukatif

Fungsi edukatif komunikasi berkaitan dengan proses pembelajaran yang terjadi melalui interaksi pesan. TikTok, meskipun umumnya diasosiasikan dengan hiburan, kini juga berfungsi sebagai media pembelajaran nonformal, termasuk dalam bidang karier. Konten TikTok @vmuliana tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mendorong audiens—terutama mahasiswa—untuk belajar secara aktif mengenai perencanaan karier, personal branding, hingga strategi menghadapi dunia profesional. Menurut Purwanto (2021), fungsi edukatif dari komunikasi memperkuat proses pengembangan diri dan sangat berpengaruh pada pembentukan karakter serta kompetensi individu.

* + - * 1. Fungsi Ekspresif

TikTok memungkinkan komunikator mengekspresikan ide, pengalaman, dan perasaan melalui format video pendek yang menarik. Dalam hal ini, pemilik akun @vmuliana menampilkan ekspresi pribadi terkait pengalaman dunia kerja, kekhawatiran masa depan karier, hingga motivasi dan semangat kerja. Ekspresi tersebut tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menguatkan koneksi emosional dengan audiens mahasiswa yang memiliki keresahan dan aspirasi serupa. Fungsi ekspresif ini membantu mahasiswa merasa "terwakili" dan termotivasi untuk lebih reflektif terhadap perjalanan

karier mereka. Wibowo (2016) menyatakan bahwa komunikasi ekspresif mampu menciptakan kedekatan emosional dan rasa memiliki antarindividu.

* + - * 1. Fungsi Kontrol

Dalam konteks belajar karier melalui TikTok, fungsi kontrol muncul dalam bentuk pengaruh atau arahan tidak langsung terhadap sikap dan perilaku audiens. Konten edukatif yang disajikan dapat mengarahkan mahasiswa pada pilihan-pilihan karier yang lebih terencana dan realistis. Misalnya, melalui penjelasan tentang kesalahan umum dalam membuat CV atau pentingnya membangun LinkedIn, mahasiswa terdorong untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan standar dunia kerja. Fungsi ini sesuai dengan pendapat Notoatmodjo (2020) yang menyatakan bahwa komunikasi dapat menjadi alat pengendalian sosial yang membentuk norma dan perilaku individu dalam masyarakat.

* + - * 1. Fungsi Sosial

Terakhir, komunikasi melalui TikTok juga menjalankan fungsi sosial. Interaksi yang terbangun antara kreator konten dan pengikutnya menciptakan ruang komunitas virtual yang suportif. Mahasiswa tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga aktif berkomentar, bertanya, dan berbagi pengalaman karier mereka. Hal ini memperkuat kohesi sosial dan rasa keterhubungan antarindividu dengan minat dan tujuan yang sama. Menurut Kurniasih dan Sani (2020), fungsi sosial dari komunikasi berperan penting dalam membangun dan memelihara hubungan yang harmonis dalam kehidupan bermasyarakat, termasuk dalam ruang digital.

## Media Sosial Tiktok

## Pengertian Media Sosial Tiktok

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa media sosial mengacu pada sejenis media yang memungkinkan pengguna untuk menyebarkan teks, gambar, musik, video, dan informasi antar individu. Menurut Taprial dan Kanwar (2012), konsep media sosial mencakup berbagai bentuk platform media online yang digunakan individu untuk terlibat dalam interaksi sosial, bertukar materi, menyebarkan berita, berbagi foto, dan terlibat dalam aktivitas serupa dengan orang lain.

Media sosial dapat didefinisikan sebagai proses dinamis di mana orang- orang terlibat dalam pertukaran interaktif, termasuk penciptaan, berbagi, pertukaran, dan modifikasi ide atau pemikiran melalui saluran komunikasi virtual atau jaringan (Thaib, 2021). *Social media is a platform that facilitates several modes of communication and information dissemination for its users*. *Social media platforms consistently provide a multitude of conveniences that enhance user experience and facilitate prolonged engagement on these platforms* (Alifah, 2020). Menurut Kaplan dan Haenlein, media sosial dapat didefinisikan sebagai kumpulan aplikasi berbasis internet yang berakar pada prinsip web 2.0. Aplikasi ini berfungsi sebagai platform untuk pengembangan media sosial, memungkinkan pengguna untuk menghasilkan dan berbagi konten. Seiring berjalannya waktu, beberapa platform media sosial telah mengalami pertumbuhan substansial dan berevolusi dengan fitur dan individualitas yang berbeda. Tujuan penggunaan media sosial adalah untuk memudahkan komunikasi dan memberikan akses terhadap

informasi. Media sosial telah mendarah daging di hampir semua lapisan kehidupan kontemporer.

Berdasarkan sudut pandang para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial berfungsi sebagai platform untuk terlibat dalam interaksi sosial melalui pertukaran berbagai bentuk konten, termasuk informasi, teks, foto, video, dan sejenisnya. Melalui penggunaan konektivitas internet, individu terlibat dalam interaksi sosial satu sama lain di berbagai platform media sosial.

Menurut Malita, media sosial mencakup penggunaan teknologi internet oleh individu untuk mengekspresikan pemikiran, wawasan, pengalaman, dan sudut pandangnya. Berbagai platform media sosial sering digunakan oleh pemasar untuk tujuan melakukan operasi pemasaran. Platform tersebut antara lain Facebook, Twitter, Instagram, Skype, Whatsapp, WeChat, Line, Path, BBM, Bee Talk, Me2day, Tumblr, Yahoo, Ask.fm, Skout, Ebuddy, Google plus, dan Tiktok (Malita, 2021).

TikTok adalah salah satu platform media sosial berbasis video singkat yang sedang populer di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan video berdurasi singkat dengan berbagai tema, mulai dari hiburan, edukasi, hingga motivasi. TikTok juga menjadi ruang bagi pembentukan makna baru dalam interaksi digital (Anderson, 2020).

Menurut Kurniasari (2021), TikTok bukan hanya media hiburan, tetapi juga ruang ekspresi dan komunikasi yang membentuk identitas pengguna secara sosial. Dalam penelitian ini, TikTok diposisikan sebagai medium penyampai pesan-pesan

karier melalui akun konten edukatif seperti @vmuliana. TikTok memberi pengalaman visual dan emosional yang memungkinkan pengguna mengalami konten dengan lebih personal dan mendalam, terutama karena bentuk penyajian yang singkat, dinamis, dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti.

Fenomena berkembangnya TikTok sebagai media informasi alternatif menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga terlibat dalam proses pembentukan makna. Algoritma TikTok yang menyesuaikan preferensi pengguna berdasarkan interaksi mereka memungkinkan konten karier lebih mudah menjangkau mahasiswa yang relevan secara demografis dan psikografis (Kusuma & Astuti, 2022jum). Hal ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki peran penting dalam memengaruhi cara berpikir dan bertindak mahasiswa terhadap masa depan karier mereka.

Lebih lanjut, TikTok mendorong terbentuknya komunitas virtual yang saling berbagi pengalaman dan pengetahuan. Konten yang viral atau banyak mendapat tanggapan tidak hanya memperlihatkan kepopuleran topik tertentu, tetapi juga menunjukkan adanya kebutuhan informasi dan dukungan emosional yang dirasakan bersama oleh komunitas pengguna. Dalam konteks ini, akun seperti @vmuliana berperan sebagai *opinion leader* digital yang membentuk cara pandang mahasiswa terhadap dunia kerja dan perencanaan karier (Setiawan, 2021).

Pengaruh TikTok dalam membentuk persepsi sosial terhadap isu-isu karier tidak dapat dilepaskan dari kekuatan visual, narasi personal, dan kecepatan penyebarannya. Narasi dalam bentuk video singkat dengan gaya komunikatif yang santai dan *relatable* memungkinkan pesan karier disampaikan dengan cara yang

tidak menggurui namun tetap menginspirasi (Rahmawati & Nugroho, 2020). Oleh karena itu, penting untuk menelaah lebih lanjut bagaimana mahasiswa memaknai dan memberi respon terhadap konten-konten tersebut dalam kehidupan sehari-hari mereka.

## Dampak Penggunaan Media Sosial Tiktok

Beberapa dampak positif penggunaan media sosial Tiktok siswa remaja sebagai berikut:(Khoiratun, 2014)

1. Di era kontemporer yang ditandai dengan digitalisasi yang meluas, siswa memiliki kesempatan untuk memperoleh dan mengembangkan kompetensi teknis dan sosial yang penting. Individu akan memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk menyesuaikan diri, terlibat dengan kelompok sosial, dan menavigasi jaringan pertemanan secara efektif.
2. Dengan memperluas koneksi sosial mereka, siswa akan lebih mudah menjalin persahabatan dengan orang-orang dari berbagai belahan dunia, meskipun sebagian besar dari orangorang ini masih asing dalam interaksi tatap muka.
3. Meningkatkan pemahaman siswa terhadap peristiwa atau narasi terkini yang menjadi bahan wacana luas.
4. Untuk terlibat dalam dakwah dan wacana intelektual, mahasiswa berpartisipasi aktif dalam komunitas yang beragam. Dengan terlibat dalam dialog dan mendengarkan orang lain secara aktif, siswa dapat

meningkatkan daya tanggap dan keterampilan komunikasi dalam lingkungan terdekatnya.

Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial seperti aplikasi Tiktok memiliki dampat positif bagi penggunanya, terutama bagi siswa remaja. Informasi dan juga bisa menambah pertemanan dengan orang lain.

Sedangkan terdapat beberapa dampak negatif pengguna aplikasi Tiktok bagi siswa sebagai berikut: (Khoirotun, 2014) diantaranya:

* 1. Keterlibatan jangka panjang dengan aplikasi TikTok terbukti mengurangi jumlah waktu yang dialokasikan untuk studi akademis.
	2. Paparan layar ponsel cerdas, komputer, atau laptop yang berlebihan dan berkepanjangan dapat berdampak buruk pada kesehatan mata, sehingga menimbulkan potensi risiko terhadap kesejahteraan secara keseluruhan.
	3. Fenomena kelesuan siswa dan tidak terselesaikannya tugas mungkin disebabkan oleh keasyikan mereka yang terusmenerus memantau status sosial teman-temannya, sehingga mengakibatkan terbuangnya waktu yang berharga.
	4. Salah satu potensi permasalahannya adalah tidak adanya interaksi dan integrasi yang memadai dengan lingkungan sekitar. Penggunaan media sosial yang berlebihan dan berkepanjangan, khususnya aplikasi TikTok, menimbulkan kekhawatiran akan pengaruhnya terhadap perkembangan sosial generasi muda.
	5. Terlibat dalam konten seksual eksplisit dan pelanggaran tidak etis.

Program TikTok memiliki kemungkinan besar melihat konten yang

berkaitan dengan tema seksual karena seringnya permintaan pencarian online.

* 1. Dalam hal alokasi keuangan, siswa memiliki pilihan untuk menggunakan dana mereka untuk membeli paket internet atau menginvestasikan waktu mereka di kafe internet untuk memperluas interaksi online.

Selain dampak baiknya, program TikTok juga memberikan dampak buruk bagi remaja yang melakukan pelecehan. Akibat negatif di atas tentunya akan berdampak pada siswa yang kurang mampu mengatur penggunaan program TikTok

## Konten Karier

## Pengertian Konten Karier

Konten karier adalah jenis konten yang berisi informasi, pengalaman, motivasi, strategi, atau panduan yang berkaitan dengan pengembangan karier, persiapan dunia kerja, atau peningkatan keterampilan. Konten ini bisa berwujud tips membuat CV, motivasi menghadapi dunia kerja, cara memanfaatkan media sosial untuk personal branding, dan sebagainya.

Menurut Santosa (2020), konten karier memiliki potensi untuk membentuk pola pikir dan perilaku generasi muda dalam merencanakan masa depan profesional mereka. Dalam konteks TikTok, penyajian konten karier dilakukan secara ringkas, menarik, dan seringkali personal, sehingga lebih mudah dicerna oleh mahasiswa. Akun seperti @vmuliana menjadi salah satu contoh kreator yang konsisten membagikan narasi dan informasi seputar dunia kerja dari sudut pandang pribadi yang *relatable* bagi mahasiswa.

Konten karier di media sosial tidak hanya bertujuan informatif, tetapi juga bersifat inspirasional dan reflektif. Hal ini terlihat dari banyaknya komentar, likes, dan *shares* yang menunjukkan adanya keterlibatan emosional dan kognitif dari audiens. Menurut Hidayat dan Wulandari (2021), eksposur terhadap konten motivasi karier dapat meningkatkan keyakinan diri dan mengarahkan mahasiswa pada pencarian identitas profesional. Mahasiswa tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga mengembangkan sikap reflektif terhadap pilihan karier mereka sendiri setelah menyimak pengalaman orang lain di media sosial.

Selain itu, konten karier memungkinkan terjadinya transfer pengalaman dari praktisi atau profesional kepada mahasiswa secara informal dan non-struktural. Dalam hal ini, akun seperti @vmuliana berfungsi sebagai medium mentoring virtual, di mana mahasiswa dapat memperoleh wawasan karier yang kontekstual dan aplikatif. Menurut Riyanto (2022), konten semacam ini menjembatani kesenjangan antara dunia akademik dan dunia kerja, karena memberikan gambaran realitas lapangan yang jarang diperoleh di ruang kelas formal.

Dengan demikian, keberadaan konten karier di platform seperti TikTok perlu dipandang sebagai bagian dari literasi digital dan karier yang penting bagi generasi muda. Informasi-informasi tersebut tidak hanya memberikan gambaran tentang kebutuhan dunia kerja, tetapi juga menanamkan sikap proaktif, optimis, dan terarah dalam menyusun rencana masa depan. Oleh karena itu, penting bagi penelitian ini untuk mengeksplorasi bagaimana mahasiswa memahami, memaknai, dan merespons konten karier tersebut dalam membentuk identitas dan arah karier mereka.

## Pemanfaatan Konten Karier dalam Eksplorasi Karier Mahasiswa

Di era digital saat ini, mahasiswa tidak hanya mengandalkan bimbingan formal dari dosen atau lembaga karier kampus dalam mengeksplorasi pilihan karier mereka. Platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan LinkedIn telah menjadi sumber alternatif informasi dan inspirasi melalui konten karier yang mudah diakses, menarik secara visual, dan relevan dengan kebutuhan generasi muda. Dalam konteks ini, pemanfaatan konten karier menjadi bagian penting dari eksplorasi karier mahasiswa yang semakin personal, mandiri, dan interaktif.

Konten karier merupakan jenis konten digital yang berisi informasi, motivasi, strategi, dan pengalaman yang berkaitan dengan pengembangan karier, kesiapan memasuki dunia kerja, hingga peningkatan keterampilan. Konten ini bisa berbentuk tips membuat CV, motivasi menghadapi wawancara kerja, cara membangun personal branding, atau refleksi pengalaman profesional. Menurut Santosa (2020), konten karier memiliki potensi besar dalam membentuk pola pikir dan perilaku generasi muda dalam merencanakan masa depan profesional mereka. Di platform seperti TikTok, konten karier disajikan secara ringkas, komunikatif, dan personal. Akun seperti @vmuliana menjadi contoh bagaimana narasi pribadi dan pengalaman karier bisa dikemas dalam format video singkat yang relatable dan informatif bagi mahasiswa. Hal ini menjadikan mahasiswa lebih

mudah menerima dan menginternalisasi pesan karier yang disampaikan.

Menurut Hidayat dan Wulandari (2021), eksposur terhadap konten motivasi dan edukasi karier dapat meningkatkan efikasi diri dan menumbuhkan kesadaran

akan pentingnya perencanaan karier sejak dini. Konten-konten tersebut tidak hanya memberi informasi, tetapi juga mendorong refleksi diri. Dalam observasi dan wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini, beberapa mahasiswa menyebut bahwa mereka mulai berpikir tentang pilihan karier secara lebih serius setelah melihat video motivasional atau testimoni karier di media sosial.

Konten karier juga berfungsi sebagai sarana mentoring informal, di mana mahasiswa memperoleh wawasan langsung dari para profesional, meskipun tidak secara tatap muka. Riyanto (2022) menyatakan bahwa konten karier di media sosial menjembatani kesenjangan antara dunia akademik dan dunia kerja, karena memberikan gambaran realitas lapangan yang belum tentu disampaikan secara mendetail di ruang kuliah.

Temuan ini memperlihatkan bahwa pemanfaatan konten karier sangat mendukung proses eksplorasi karier mahasiswa. Tidak hanya memberikan informasi faktual, tetapi juga membuka ruang diskusi, refleksi, bahkan aspirasi karier yang lebih luas. Dalam banyak kasus, mahasiswa menjadikan konten digital sebagai referensi awal sebelum berkonsultasi lebih lanjut dengan pembimbing akademik atau career center kampus.

Dengan demikian, keberadaan konten karier harus diakui sebagai bagian dari literasi karier digital mahasiswa. Informasi-informasi ini tidak hanya mencerminkan kebutuhan dunia kerja, tetapi juga mendorong mahasiswa untuk lebih aktif, optimis, dan strategis dalam menyusun rencana masa depan mereka. Oleh karena itu, integrasi pendekatan bimbingan formal dengan sumber konten

digital yang relevan akan menjadi strategi yang efektif dalam memfasilitasi eksplorasi karier mahasiswa secara holistik dan kontekstual.

## Peran Media Sosial sebagai Sarana Literasi Karier Digital Mahasiswa

Media sosial saat ini bukan hanya berfungsi sebagai sarana hiburan atau komunikasi semata, melainkan telah berkembang menjadi sumber informasi yang strategis, termasuk dalam hal eksplorasi karier. Bagi mahasiswa, media sosial seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan LinkedIn menjadi medium yang fleksibel dan mudah diakses untuk memperoleh wawasan karier secara instan dan kontekstual. Peran media sosial dalam membentuk literasi karier digital tidak dapat diabaikan, mengingat tingginya intensitas penggunaan dan keterlibatan mahasiswa di platform-platform ini.

Menurut Nasrullah (2019), media sosial memiliki kekuatan dalam membentuk opini dan perilaku melalui visualisasi narasi personal dan interaksi sosial. Hal ini sangat berpengaruh pada proses pembentukan identitas profesional mahasiswa. Mereka tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga mulai aktif mengevaluasi, membandingkan, bahkan memproduksi konten terkait pengalaman belajar atau magang mereka.

Dari hasil wawancara dan observasi, terlihat bahwa beberapa mahasiswa lebih tertarik mengeksplorasi konten dari kreator yang sebaya atau memiliki latar belakang serupa. Mereka merasa lebih terhubung secara emosional dengan narasi personal ketimbang informasi yang disampaikan secara formal dan normatif. Mahasiswa juga menyebutkan bahwa komentar dari sesama pengguna di kolom

komentar TikTok atau Instagram kerap memberikan insight tambahan yang bermanfaat.

Literasi karier digital bukan hanya soal mengakses informasi, tetapi juga bagaimana mahasiswa mampu memverifikasi, mengevaluasi, dan mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh. Menurut Zubaedi (2021), literasi digital dalam konteks karier mencakup keterampilan kritis dalam menilai validitas informasi, kredibilitas sumber, serta relevansi konten dengan kebutuhan dan tujuan karier pribadi. Oleh karena itu, keterampilan ini perlu dikembangkan secara sistematis di lingkungan pendidikan tinggi melalui bimbingan yang integratif.

Sebagai implikasi, peran guru BK atau pembimbing karier di kampus perlu diarahkan tidak hanya pada layanan konseling konvensional, tetapi juga pada pendampingan mahasiswa dalam mengakses dan memaknai konten karier digital. Hal ini bisa diwujudkan melalui kegiatan refleksi kelompok, diskusi konten, atau workshop pemanfaatan media sosial untuk pengembangan karier.

Dengan memahami peran media sosial sebagai sarana literasi karier digital, institusi pendidikan dapat merancang pendekatan bimbingan karier yang adaptif dengan tren media yang digunakan mahasiswa. Ini juga menunjukkan bahwa integrasi antara media sosial dan layanan bimbingan dapat meningkatkan efektivitas eksplorasi karier mahasiswa di era digital.

## Respon Mahasiswa

## Respon Mahasiswa terhadap Konten Karier di TikTok

Respon mahasiswa mencakup persepsi, interpretasi, dan perubahan sikap yang muncul setelah mengakses konten tertentu, khususnya konten karier di

TikTok. Dalam konteks ini, respons mahasiswa menunjukkan bagaimana mereka menyerap, menilai, dan memaknai informasi yang disajikan dalam video, serta sejauh mana informasi tersebut memengaruhi orientasi karier dan tindakan nyata mereka dalam merencanakan masa depan.

Menurut Miles dan Huberman (2014), dalam penelitian kualitatif, respons individu dapat diamati melalui ekspresi verbal, narasi pengalaman, serta pemaknaan simbolik dalam proses interaksi mereka dengan suatu objek atau fenomena. Dalam penelitian ini, respon mahasiswa terhadap konten karier mencerminkan peningkatan motivasi, kesadaran karier, dan perubahan sikap proaktif seperti membuat akun LinkedIn, memperbarui CV, mencari informasi magang, serta mulai membangun personal branding secara digital.

Respon tersebut sangat dipengaruhi oleh seberapa relevan konten yang ditampilkan dengan kondisi pribadi mahasiswa. Banyak responden menyebutkan bahwa mereka lebih tertarik dan terdorong untuk bertindak ketika melihat video yang menampilkan cerita nyata dari orang sebaya, tips karier yang aplikatif, atau motivasi yang berkaitan dengan kesulitan yang mereka hadapi. Menurut Gunawan (2021), daya tarik emosional dan naratif dari sebuah konten digital berperan penting dalam membangun komunikasi persuasif, khususnya untuk generasi muda yang lekat dengan media visual dan komunikasi cepat.

Video TikTok yang menyampaikan pesan karier dengan gaya bahasa santai, durasi singkat, dan visual yang menarik umumnya lebih diterima dengan baik. Mahasiswa meresponsnya tidak hanya secara emosional (seperti merasa termotivasi), tetapi juga secara kognitif dan reflektif, misalnya dengan

mengevaluasi kembali rencana karier mereka. Beberapa mahasiswa bahkan mengungkapkan bahwa mereka menjadi lebih yakin terhadap jurusan atau jalur karier yang sebelumnya mereka ragukan.

Namun demikian, respon mahasiswa juga bisa bersifat kritis. Beberapa dari mereka menyadari adanya konten yang hanya bersifat ‘viral’ tanpa substansi yang kuat. Mahasiswa tidak serta-merta menerima semua informasi yang mereka lihat, tetapi menyeleksi berdasarkan kredibilitas pembuat konten dan kesesuaian dengan nilai pribadi mereka. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Ardiansyah dan Ramadhani (2022) yang menyatakan bahwa paparan konten digital mendorong mahasiswa untuk mengembangkan sikap reflektif dan selektif dalam menyaring informasi, termasuk dalam mengambil keputusan penting seperti arah karier.

Dengan demikian, respons mahasiswa terhadap konten karier di TikTok tidaklah homogen. Terdapat variasi dalam cara mereka memahami dan merespons, tergantung pada relevansi konten, karakter personal, serta kesiapan mereka dalam menghadapi dunia kerja. Fakta ini menunjukkan bahwa konten karier yang ditampilkan secara tepat dapat menjadi katalis bagi eksplorasi karier dan pembentukan identitas profesional mahasiswa.

Selain itu, respon mahasiswa juga sangat dipengaruhi oleh relevansi konten terhadap situasi pribadi mereka. Mahasiswa cenderung merespons lebih positif terhadap konten yang mereka anggap *relatable* atau sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Menurut Gunawan (2021), daya tarik emosional dan naratif dalam konten digital menjadi kunci keberhasilan komunikasi persuasif, terutama bagi generasi muda yang sangat dekat dengan teknologi dan media visual. Oleh karena

itu, video TikTok yang menampilkan cerita pribadi, tips praktis, dan bahasa yang komunikatif cenderung mendapat perhatian dan respon yang lebih mendalam dari mahasiswa.

Di sisi lain, respon mahasiswa juga dapat bersifat kritis. Beberapa mahasiswa mungkin mempertanyakan keakuratan, kelengkapan, atau bahkan intensi di balik konten yang mereka konsumsi. Fenomena ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak selalu menerima informasi secara pasif, melainkan aktif membandingkan dan mengevaluasi informasi berdasarkan pengalaman dan nilai- nilai mereka sendiri. Hal ini sesuai dengan temuan dari Ardiansyah dan Ramadhani (2022), yang menyatakan bahwa paparan konten digital mendorong mahasiswa untuk mengembangkan sikap reflektif dan selektif dalam menyaring informasi yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pribadi, termasuk dalam perencanaan karier.

## Pemanfaatan Konten Karier Strategi Pengembangan Diri Mahasiswa

Pemanfaatan konten karier oleh mahasiswa tidak berhenti pada tataran konsumsi informasi semata, melainkan berkembang menjadi strategi aktif dalam pengembangan diri. TikTok sebagai platform berbasis video pendek memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh inspirasi dan informasi yang cepat, ringkas, dan mudah dicerna. Dalam konteks ini, mahasiswa memanfaatkan konten karier untuk membekali diri dengan pengetahuan praktis, membentuk pola pikir positif, hingga membangun branding profesional sejak dini.

Sebagian besar informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka menjadikan konten karier sebagai sumber belajar alternatif yang melengkapi pembelajaran formal. Tips membuat CV, cara menghadapi wawancara kerja, strategi mencari magang, serta motivasi karier dari kreator konten dianggap lebih membumi dan relevan dengan kebutuhan aktual mahasiswa. Menurut Riyanto (2022), konten digital seperti ini memiliki kelebihan dalam menjembatani kesenjangan antara teori akademik dengan realitas dunia kerja.

Selain itu, mahasiswa juga memanfaatkan konten karier untuk membangun koneksi dan jejaring melalui interaksi di kolom komentar atau mengikuti akun-akun yang relevan. Tidak jarang mahasiswa memperoleh informasi tentang webinar, pelatihan, bahkan lowongan magang dari akun kreator atau dari komunitas yang terbentuk dalam ruang digital tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa konten karier di TikTok tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga berfungsi sebagai medium partisipatif dalam ekosistem karier digital.

Pemanfaatan konten karier ini juga menumbuhkan kesadaran pentingnya *personal branding*. Mahasiswa mulai memahami bahwa kehadiran mereka di media sosial dapat mencerminkan nilai, kompetensi, dan tujuan profesional. Beberapa responden bahkan menyatakan mulai memproduksi konten edukatif sederhana sebagai bentuk eksperimen untuk membangun portofolio digital. Menurut Santosa (2020), aktivitas ini adalah bagian dari literasi digital yang penting dalam era kerja modern.

Namun, tidak semua mahasiswa dapat memanfaatkan konten secara optimal. Perbedaan latar belakang, motivasi intrinsik, dan akses informasi menjadi

faktor yang membedakan efektivitas pemanfaatan konten karier. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya dari institusi pendidikan untuk mengarahkan dan mendampingi mahasiswa dalam mengembangkan literasi media, agar mereka mampu memfilter informasi dan mengintegrasikannya dalam proses pengembangan karier secara terstruktur.

Dengan demikian, pemanfaatan konten karier di TikTok telah menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan diri mahasiswa. Tidak hanya memfasilitasi pemahaman dunia kerja, tetapi juga menumbuhkan sikap proaktif, reflektif, dan adaptif dalam menghadapi tantangan masa depan. Ke depan, konten semacam ini perlu dioptimalkan melalui kolaborasi antara institusi pendidikan, praktisi, dan pembuat konten agar dampaknya lebih luas dan terarah.

## Kerangka Teoritis

## Fenomelogi

## Fenomenologi dalam Pemaknaan Konten Karier oleh Mahasiswa

Teori fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz menjadi landasan filosofis utama dalam pendekatan penelitian ini. Schutz (1967) menjelaskan bahwa realitas sosial dibentuk melalui pengalaman subjektif individu dalam kehidupan sehari-hari. Individu menafsirkan dunia sosial berdasarkan interaksi, pemahaman, dan makna yang mereka bangun secara personal. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya sebagai konsumen pasif konten digital, tetapi

juga sebagai subjek aktif yang membentuk makna terhadap informasi yang mereka akses melalui TikTok, khususnya konten bertema karier.

Fenomenologi merupakan pendekatan dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami makna pengalaman hidup seseorang terhadap suatu fenomena tertentu. Creswell (2013) menyatakan bahwa pendekatan fenomenologis bertujuan untuk menggambarkan makna dari pengalaman yang dialami langsung oleh individu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, fokus diarahkan pada bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS angkatan 2021 mengalami, menginterpretasi, dan memberi makna terhadap konten video bertema karier dari akun TikTok @vmuliana.

Pendekatan ini penting untuk mengungkap pandangan personal mahasiswa, yang tidak selalu dapat dijelaskan melalui pendekatan statistik atau kuantitatif. Pengalaman menonton video karier, misalnya, bisa saja membangkitkan semangat pada sebagian mahasiswa, tetapi justru memunculkan kegelisahan atau kebingungan pada yang lain. Oleh karena itu, fenomenologi memberikan ruang bagi keunikan pengalaman setiap mahasiswa untuk dipahami secara mendalam.

Dalam praktiknya, pendekatan fenomenologis menggunakan teknik wawancara mendalam untuk menggali pengalaman mahasiswa secara personal. Peneliti menggunakan pertanyaan terbuka untuk mendorong mahasiswa menceritakan pengalamannya dalam mengakses dan memahami konten TikTok bertema karier. Dari proses ini, terungkap bahwa sebagian mahasiswa merasakan peningkatan motivasi, keinginan untuk mulai menyusun rencana karier, serta dorongan untuk membangun identitas profesional melalui media sosial seperti

LinkedIn. Namun, ada pula yang merasa khawatir dan tertekan karena membandingkan diri mereka dengan pencapaian orang lain yang ditampilkan dalam konten tersebut.

Teori fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz menjadi dasar filosofis utama dalam pendekatan penelitian ini. Schutz menjelaskan bahwa realitas sosial dibentuk melalui pengalaman subjektif individu yang hidup dalam dunia sehari-hari. Individu menafsirkan dunia sosial berdasarkan interaksi, pemahaman, dan makna yang mereka bangun secara personal (Schutz, 1967). Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya sebagai konsumen pasif konten digital, tetapi juga sebagai subjek yang aktif membentuk makna terhadap informasi yang mereka akses melalui TikTok. Makna konten karier dibentuk dari pengalaman hidup mahasiswa dan konteks sosial di mana mereka berada.

Fenomenologi adalah pendekatan dalam penelitian kualitatif yang berusaha memahami pengalaman subjektif seseorang terhadap suatu fenomena tertentu. Menurut Creswell (2013), fenomenologi bertujuan untuk menggambarkan makna dari pengalaman hidup individu sebagaimana yang mereka alami secara langsung. Peneliti berupaya memahami bagaimana individu memaknai suatu kejadian, situasi, atau interaksi dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Dalam konteks penelitian ini, fenomenologi digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS angkatan 2021 mengalami, menginterpretasi, dan memberi makna terhadap konten video bertema karier dari akun TikTok @vmuliana. Pendekatan ini penting untuk

mengungkap pandangan personal mahasiswa yang tidak selalu dapat dijelaskan melalui pendekatan kuantitatif.

Pendekatan fenomenologi menekankan pentingnya *lived experience* atau pengalaman yang dirasakan langsung oleh individu. Dalam penelitian ini, yang menjadi pusat perhatian bukan hanya konten video itu sendiri, melainkan bagaimana mahasiswa memaknainya dari sudut pandang pribadi mereka. Mahasiswa sebagai subjek penelitian memiliki latar belakang, nilai, dan konteks sosial yang berbeda, sehingga pengalaman mereka terhadap konten yang sama bisa sangat beragam. Oleh karena itu, fenomenologi memberikan ruang bagi keunikan setiap pengalaman untuk diungkap secara mendalam.

Penelitian fenomenologis biasanya melibatkan wawancara mendalam sebagai metode utama pengumpulan data. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna-makna tersembunyi yang tidak dapat dilihat secara kasat mata. Dengan menggunakan pertanyaan terbuka dan refleksi mendalam, mahasiswa akan diarahkan untuk menceritakan pengalaman mereka dalam mengakses dan memahami konten TikTok tersebut, termasuk emosi, pemikiran, serta tindakan lanjutan yang mungkin timbul setelah menonton video-video karier di akun @vmuliana. Hal ini memungkinkan peneliti menyusun tema-tema esensial dari pengalaman para partisipan.

Selain itu, fenomenologi juga memperhatikan proses *bracketing*, yaitu usaha peneliti untuk menanggalkan asumsi, prasangka, atau pengalaman pribadi agar tidak mempengaruhi pemahaman terhadap pengalaman partisipan. Dengan demikian, peneliti dapat menangkap esensi pengalaman secara jernih, tanpa campur

tangan interpretasi subjektif peneliti sendiri. Pendekatan ini sangat relevan dalam konteks penelitian ini, karena peneliti ingin menggali persepsi dan makna yang benar-benar berasal dari mahasiswa, bukan berdasarkan anggapan umum atau narasi yang sudah dibentuk sebelumnya mengenai media sosial atau perencanaan karier.

Fenomenologi juga menekankan pentingnya *bracketing*, yaitu usaha peneliti untuk mengesampingkan prasangka pribadi selama proses analisis. Dengan melakukan bracketing, peneliti dapat menangkap esensi pengalaman mahasiswa secara objektif, tanpa dipengaruhi interpretasi subjektif peneliti sendiri. Hal ini sangat penting agar makna yang ditemukan benar-benar berasal dari mahasiswa sebagai subjek penelitian.

Dengan demikian, pendekatan fenomenologi memungkinkan penelitian ini untuk menangkap makna yang lebih dalam dari setiap respon mahasiswa terhadap konten karier di TikTok. Konten bukan hanya dipahami sebagai informasi semata, melainkan sebagai pengalaman sosial yang membentuk cara mahasiswa memandang diri mereka dan masa depan profesional yang mereka harapkan.

Dalam era digital, identitas profesional mahasiswa tidak lagi dibentuk semata-mata melalui pengalaman akademik dan kegiatan formal, tetapi juga melalui aktivitas mereka di media sosial. Penelitian ini menemukan bahwa paparan konten karier, khususnya melalui akun TikTok @vmuliana, telah memengaruhi cara mahasiswa membangun, merefleksikan, dan menegosiasikan identitas profesional mereka.

Menurut Giddens (1991), identitas di era modern bersifat refleksif, yakni senantiasa dibentuk dan diperbarui melalui proses interaksi sosial dan pengalaman personal. Dalam konteks mahasiswa, konten karier di media sosial menjadi salah satu medium utama di mana mereka mendapatkan inspirasi dan membandingkan diri mereka dengan figur profesional atau content creator yang dianggap berhasil. Akibatnya, banyak mahasiswa yang mulai melihat pentingnya membentuk personal branding sebagai bagian dari strategi karier mereka.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar responden mulai mengaitkan identitas profesional mereka dengan tindakan-tindakan konkret di dunia digital, seperti mengunggah portofolio, membuat konten edukatif, memperbarui informasi LinkedIn, atau mengikuti challenge pengembangan diri yang viral. Tindakan ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi informasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas dan reputasi profesional.

Namun, dinamika ini juga menghadirkan tantangan. Beberapa mahasiswa merasa tertekan karena merasa belum “cukup layak” secara profesional dibandingkan dengan rekan atau influencer yang mereka ikuti. Fenomena ini dikenal sebagai *imposter syndrome*, yang menurut Clance dan Imes (1978), sering terjadi pada individu yang berprestasi, tetapi merasa tidak pantas atas pencapaian mereka. Rasa tidak aman ini muncul akibat pembandingan sosial yang terlalu intens melalui media digital.

Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan untuk mengarahkan mahasiswa agar mampu menggunakan media sosial secara sehat dan strategis, serta

memahami bahwa identitas profesional merupakan proses yang terus berkembang, bukan sesuatu yang harus sempurna sejak awal. Penelitian ini menyarankan agar mahasiswa diberi ruang untuk mengeksplorasi identitas karier mereka melalui berbagai aktivitas digital yang otentik dan reflektif.

## Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sumber informasi yang edukatif bagi generasi muda, termasuk mahasiswa. Salah satu konten yang menarik perhatian adalah video-video seputar dunia karier yang disajikan oleh akun TikTok @vmuliana. Konten-konten ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga membangkitkan motivasi dan refleksi pribadi dalam diri mahasiswa mengenai arah dan strategi karier mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS angkatan 2021 menginterpretasikan pengalaman mereka dalam belajar mengenai karier melalui konten-konten tersebut, serta bagaimana interpretasi itu membentuk model belajar berkarier mereka.

Pendekatan fenomenologi digunakan untuk menggali makna subjektif yang dialami oleh mahasiswa setelah menyaksikan konten video karier di TikTok. Melalui lensa teori fenomenologi Alfred Schutz, pengalaman mahasiswa dianalisis berdasarkan tiga konsep utama: tindakan, motif, dan makna. *Tindakan* merepresentasikan keterlibatan aktif mahasiswa dalam mengakses dan merespons konten karier; *motif* mencerminkan alasan dan dorongan yang mendasari mereka

dalam mencari informasi seputar karier; sedangkan *makna* merujuk pada interpretasi pribadi atas pesan dan pengalaman yang didapatkan dari konten tersebut.

Interaksi antara ketiga elemen tersebut menjadi landasan untuk memahami konstruksi pengalaman mahasiswa dalam belajar berkarier di era digital. Dalam konteks ini, konten video TikTok bukan sekadar media hiburan, melainkan menjadi stimulus pembelajaran informal yang mengarah pada pembentukan model belajar karier. Model ini terbentuk dari proses internalisasi informasi, refleksi diri, hingga pengambilan keputusan strategis mengenai pengembangan karier di masa depan.

Dengan demikian, kerangka berpikir dalam penelitian ini memosisikan fenomenologi sebagai pisau analisis untuk memahami dinamika subjektif mahasiswa dalam merespons konten video edukatif di TikTok. Dari hasil pemaknaan tindakan, motif, dan makna tersebut, diharapkan dapat teridentifikasi pola atau model belajar karier yang khas dan relevan dengan konteks generasi digital saat ini.

**BELAJAR KARIER DI TIKTOK**

**(Studi Fenomenologi Tentang Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Yang Belajar Seputar Karier Melalui Konten Video dalam Akun TikTok @vmuliana)**

**Fenomenologi**

**Tindakan**

**Motif**

**Makna**

**Model Belajar Karier**

**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

**Sumber: diolah peneliti 2025**