

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

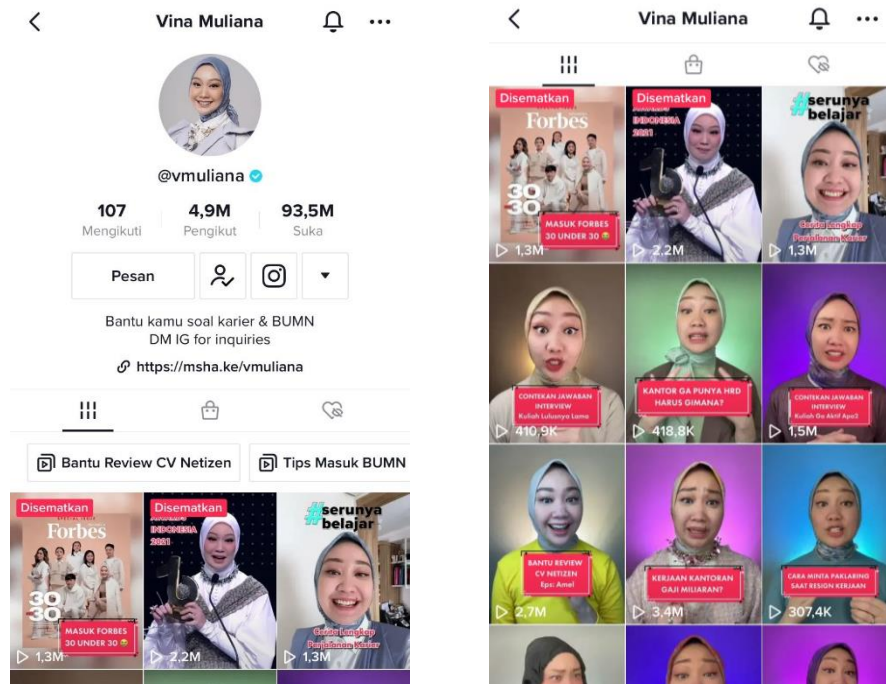
Media sosial merupakan bagian yang tak bisa dipisahkan dari aktivitas manusia. Dalam menyebarkan suatu informasi dapat dilakukan melalui media sosial yang sering digunakan masyarakat antara lain *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* dan yang banyak digunakan sekarang adalah *TikTok*. *TikTok* merupakan *platform* musik video yang sering digunakan sebagai penyebaran informasi, edukasi, hiburan dan konten-konten beragam lainnya. *TikTok* menjadi aplikasi yang memiliki banyak pengguna di negara Indonesia, dilansir DataIndonesia.id Indonesia menjadi negara kedua yang memiliki pengguna aktif *TikTok* sebanyak 99,1 juta orang per April 2022. Penggunaan aplikasi *TikTok* sebagai media penyebaran informasi, edukasi dan hiburan sudah berjalan dari tahun 2018 hingga sekarang sehingga masyarakat sudah tidak asing dengan fitur dan konten yang ada di dalam aplikasi *TikTok*.

Perkembangan konten-konten di aplikasi *TikTok* juga mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Pada awal *TikTok* muncul dan populer, masyarakat lebih mengenal *TikTok* sebagai aplikasi musik video berdurasi 60 detik yang menampilkan konten hiburan seperti *lip-sync*, *cover dance*, video transisi dan konten hiburan lainnya. Hingga kini konten-konten yang ada *TikTok* telah banyak mengalami perubahan dari konten dan durasi video yang cukup panjang. Contoh konten yang banyak beredar di

beranda *TikTok* kini adalah *cover dance* yang makin bervariasi, memasak, *lip-sync*, *outfit*, berjualan, konten *a day in my life* hingga konten edukasi.

Konten edukasi menjadi salah satu konten yang populer di *TikTok*. Konten ini banyak muncul di beranda *TikTok* dan merupakan salah satu fenomena konten yang cukup banyak disukai. Konten edukasi di *TikTok* bervariasi, mulai dari konten edukasi pelajaran di sekolah, edukasi *parenting*, edukasi *skincare*, *tips and trick interview*, hingga muncul konten *tips* membuat CV. Salah satu konten kreator *TikTok* yang membuat konten edukasi bernama Vina Muliana (@vmuliana) yaitu seorang pegawai BUMN yang memulai karir sebagai kreator *TikTok* pada 24 Februari tahun 2021, dengan membagikan konten-konten edukasi mengenai kesiapan dalam memasuki dunia kerja. Konten-konten yang menjadi perhatian seperti *tips* masuk BUMN, *tips* magang, *tips interview*, *review CV* dan *tips* bikin CV. Akun *TikTok* Vina Muliana (@vmuliana) memiliki 4,9 juta *followers*, memiliki akun *verified* di *TikTok* dan sebagai salah satu pemenang kategori *Best of Learning and Education* di *TikTok Awards* Indonesia tahun 2022. Selain itu sosok Vina Muliana pernah masuk dalam majalah *Forbes* 30 Under 30, hal ini lah yang membuat Vina Muliana semakin banyak dikenal dengan konten edukasi.

Gambar 1 1 Akun TikTok Vina Muliana



Sumber : Olahan Peneliti, 2022

Konten edukasi yang dilakukan oleh Vina Muliana berawal dari rasa ketertarikan mengenai susahny mendapatkan pekerjaan di masa pandemi saat itu. Masyarakat terlihat ingin mendapat pekerjaan namun masih belum mempersiapkan diri dalam menuju dunia kerja. Pencarian pekerjaan memang menjadi fenomena yang sering terjadi di Indonesia, banyak masyarakat yang belum mendapatkan pekerjaan hingga banyak masyarakat yang juga bekerja namun tidak sesuai dengan keahlian atau pendidikan yang dimiliki. Salah satu aspek penting yang belum diperhatikan

masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan di era sekarang adalah dengan membuat dan mempersiapkan CV.

Curriculum Vitae atau yang disingkat CV merupakan tulisan yang berisi gambaran diri seorang pelamar untuk melamar pekerjaan. CV menjadi salah satu aspek dalam melamar pekerjaan yang berisi ringkasan perjalanan pendidikan dan aktivitas profesional. Di dalamnya terdapat beberapa bagian seperti biodata diri, pendidikan, keahlian dan riwayat pekerjaan. Untuk menarik perhatian perusahaan, CV yang dibuat pelamar dapat dibuat semenarik mungkin dan *relevan* dengan bidang pekerjaan yang ingin dituju, selain itu menambahkan kalimat-kalimat pendukung dalam bagian pengenalan diri dan deskripsi kerja di dalamnya.

Di dalam proses menemukan suatu pekerjaan, pelamar perlu mencari perusahaan yang sedang membuka lapangan pekerjaan atau sedang membuka rekrutmen karyawan. Proses rekrutmen sendiri merupakan salah satu kegiatan manajemen sumber daya manusia di dalam perusahaan untuk dapat mencari pelamar hingga pengajuan lamaran. Di dalam proses atau tahapan pelaksanaan rekrutmen sendiri, CV termasuk dalam teknik seleksi yang digunakan perusahaan untuk menunjang dalam menceritakan biodata ataupun pengalaman riwayat pekerjaan. Di dalam proses rekrutmen hal terpenting yang diperhatikan suatu perusahaan adalah masing-masing teknik seleksi penerimaan karyawan mengukur karakteristik tertentu yang bergantung pada: ciri-ciri pekerjaan, validitas dan reliabilitas metode, persentase calon dan biaya (Setiani, 2013).

Kesusahan pelamar mencari pekerjaan dan proses rekrutmen dengan menyertakan sebuah CV, memunculkan ide konten kreator seperti Vina Muliana untuk membuat konten edukasi dalam membuat CV. Konten *tips* bikin CV yang dibuat oleh Vina menjadi konten yang banyak menarik perhatian dengan video berdurasi singkat yang di-upload di *TikTok*. Berisikan video edukasi dalam membuat CV dengan menyelipkan kalimat dan gambar yang mempermudah *audience* untuk melihatnya serta menggunakan teknik *public speaking* dalam menyampaikan pesan dalam video tersebut. Beberapa kreator lainnya juga membuat konten yang membahas mengenai CV namun tidak mendapatkan respon yang sama dengan Vina Muliana. Beberapa contoh konten kreator yang membahas mengenai *tips* membuat CV adalah Foiman Zega (@foimanzega) dan Junar Asunyi (@junarsyi). Kedua kreator ini juga memiliki konten yang sama dengan membahas CV yang baik untuk mendapatkan suatu pekerjaan, namun respon berbeda didapatkan dari keduanya yang dilihat dari jumlah *followers*, jumlah *like*, dan komentar tertinggi di salah satu video konten yang membahas *tips* membuat CV.

Tabel 1.1 Data Kreator yang Membahas Tips Membuat CV

Kreator	Pengikut	Like	Komentar
Vina Muliana	4,9M	>800k	>8000
Junar Asunyi	369,5K	>50k	>300
Foiman Zega	103,9K	>10k	>300

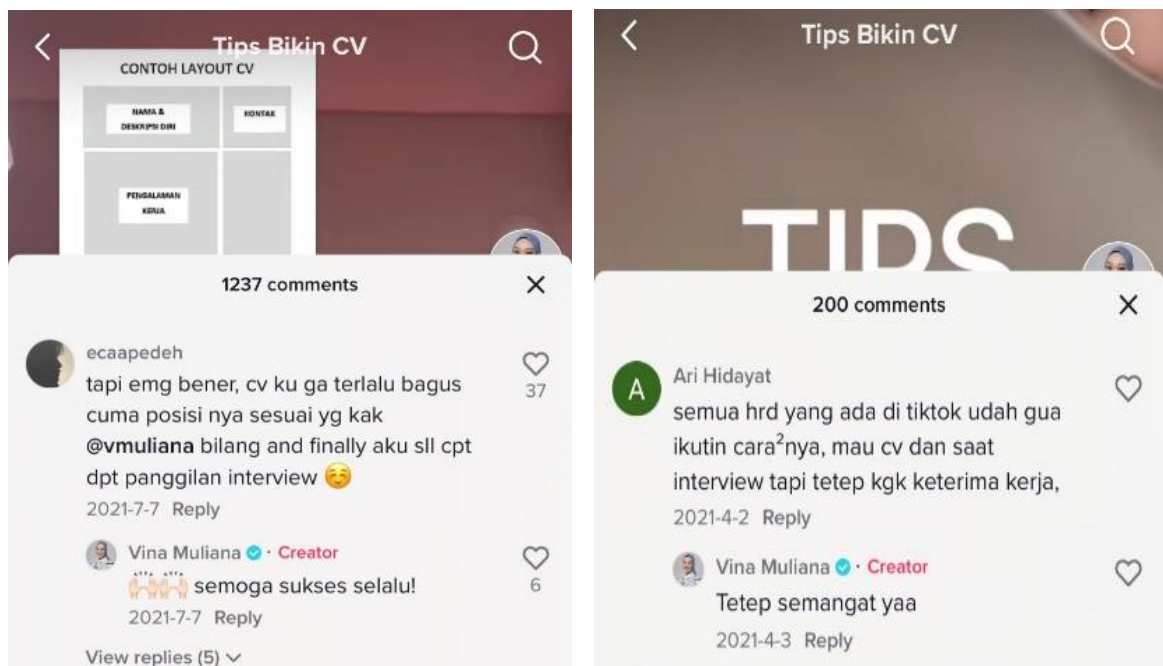
Sumber : Olahan Peneliti, 2022

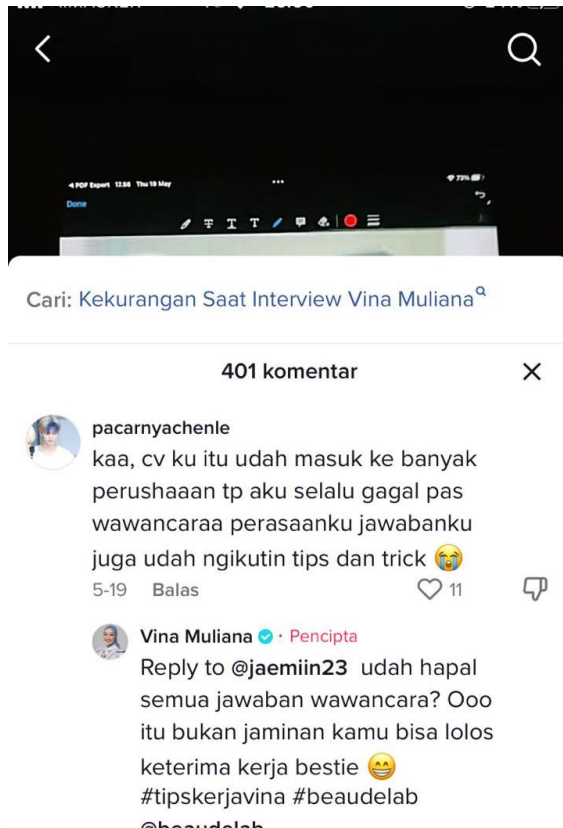
Dalam akun *TikTok* Vina Muliana terdapat 500 video edukasi dan video konten *tips* bikin CV sejumlah 50 video yang di *upload* per November 2022. Vina Muliana menerapkan serangkaian komunikasi dengan menjelaskan berbagai cara untuk mencapai karir yang lebih baik melalui CV. Vina Muliana juga membangun kepercayaan *audience* melalui kredibilitas personalnya dengan mengemas pesan persuasi dalam membawakan konten *tips* bikin CV. Konten ini biasanya disampaikan bagaimana CV yang baik menurut versi Vina dan dijelaskan kembali mengenai hal-hal yang dapat membuat CV terlihat lebih baik. Namun, Perusahaan memiliki masing-masing teknik seleksi yang diukur dari karakteristik tertentu yang tergantung pada ciri-ciri pekerjaan. selain itu, CV sendiri tidak memiliki standar khusus dalam pembuatannya dan CV sendiri tidak memiliki penilaian yang benar dan salah dan sifatnya relatif, hal tersebut tergantung pada perusahaan dan tim perencanaan SDM. Konten Vina Muliana mendapatkan banyak komentar positif dengan mengatakan konten tersebut bermanfaat bagi para *audience* yang tanpa disadari bahwa penilaian CV relatif, Vina Muliana berhasil mempengaruhi *audience* untuk mengikuti apa yang ia katakan di dalam video *TikTok* tersebut.

Penggunaan retorika sebagai alat komunikasi persuasi digunakan Vina Muliana untuk memberikan konten edukasi dan sekaligus dapat mempengaruhi *audience*. *Audience* yang menonton konten *tips* bikin CV mengikuti *tips* yang dikatakan Vina Muliana hingga mereka mendapat pekerjaan berkat dari konten edukasi tersebut, salah satunya yaitu dari akun @eccapedeh “tapi emang bener, CV ku ga terlalu bagus cuma

posisinya sesuai yang kak @vmuliana bilang *an finally* aku selalu cepat dapat panggilan *interview*” tulisnya pada kolom komentar. Terlihat bahwa *audience* yang melihat video *TikTok* mengungkapkan setuju terhadap konten yang dibahas dalam video *TikTok* Vina Muliana. Tidak hanya komentar pro terhadap konten Vina Muliana ada juga komentar kontra terhadap video *TikTok* Vina Muliana salah satunya dari Ari Hidayat “semua hrd yang ada di *TikTok* udah gua ikutin cara-caranya, mau CV dan saat *interview* tapi tetap kagak diterima kerja”, dan komentar yang memperlihatkan bahwa ia tidak juga mendapatkan pekerjaan. Terlihat bahwa ada *audience* yang mengungkapkan ketidaksetujuan dan kekecewaan pada konten *tips* bikin CV tersebut setelah ia mengikuti segala *tips* yang diberikan hal ini membuktikan bahwa konten tersebut juga tidak efektif bagi sebagian *audience*.

Gambar 1.2 Kolom Komentar di Video *TikTok* Vina Muliana





Sumber : Olahan Peneliti, 2022

Retorika merupakan seni berbicara dengan menggunakan kata-kata secara mengesankan yang biasanya tertuai dalam lisan maupun tulisan. Retorika dalam praktiknya tidak hanya bersifat *auditif* atau berbicara langsung di depan publik namun bisa juga menggunakan media komunikasi yang bersifat *visual* dan *audio visual*. Cara berbicara seseorang menggunakan retorika biasanya pesan yang disampaikan mengandung nilai informasi (informatif), berbicara lebih menarik (atraktif), menghibur (rekreatif), dan berpengaruh (persuasif). Retorika sebagai alat komunikasi persuasi

tidak hanya digunakan sebagai praktik di dalam hukum dan politik, sekarang retorika juga digunakan pada bidang-bidang lainnya seperti periklanan, seni dan sastra. Dalam retorika bukan hanya seorang komunikator yang menjadi bagian terpenting tetapi peran komunikator atau pendengar juga mengambil peran penting. Komunikator menjadi kunci keberhasilan dalam penyampaian retorika. Dalam hal ini pesan persuasi yang disampaikan Vina Muliana juga ditentukan oleh penerima pesan (komunikator), yaitu *audience* Vina Muliana di *TikTok*. Konten *tips* bikin CV berhasil mempengaruhi *audience* sehingga retorika yang dilakukan Vina Muliana berhasil.

Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana retorika dalam konten *tips* bikin CV pada akun *TikTok* @vmuliana dalam mempengaruhi *audience*.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

- a) *Curriculum Vitae* (CV) yang tidak memiliki standar khusus di dalam proses melamar pekerjaan.
- b) Konten *Tips* bikin CV menjadi acuan dalam membuat CV dan terdapat *tips* yang belum efektif bagi *audience*.

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian pada retorika dalam penyampaian pesan video *TikTok* konten *tips* bikin CV Vina Muliana sehingga dapat menemukan faktor-faktor yang membuat masyarakat mempercayai video *TikTok* tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus masalah yang ada dan identifikasi masalah maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Retorika dalam konten *tips* bikin CV pada akun *TikTok* Vina Muliana?”

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui retorika yang ada di dalam konten *tips* bikin CV pada akun *TikTok* Vina Muliana.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah agar penelitian ini berguna dalam menyumbangkan, mengembangkan dan memberikan kontribusi dalam perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang kehumasan atau *public relations*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kegiatan retorika di era digital dalam mempengaruhi *audience*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi:

1. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi, bahan informasi, serta dapat memberikan dampak positif bagi peneliti lain yang mengambil tema yang sama.

2. Bagi *Audience TikTok*

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pengetahuan bagi masyarakat khususnya pengguna *TikTok* dalam melihat konten yang berhubungan dengan retorika.