

**PENGARUH KONTEN VIDEO #TIPSKERJA PADA AKUN
@VMULIANA TERHADAP PEMAHAMAN DALAM PEMBUATAN
*CURRICULUM VITAE***

(Skripsi)

Oleh

YULI INDAH MULYANI



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PENGARUH KONTEN VIDEO #TIPSKERJA PADA AKUN @VMULIANA TERHADAP PEMAHAMAN DALAM PEMBUATAN CURRICULUM VITAE

Oleh

Yuli Indah Mulyani

Media sosial yang ramai digunakan pada saat ini salah satunya adalah TikTok. TikTok menjadi sangat ramai digunakan dikarenakan aplikasi ini berbeda dengan aplikasi lainnya dimana penggunaannya aktif dan kreatif dalam membuat sebuah karya konten yang menarik, dengan adanya fasilitas inilah para pengguna bebas berekspresi dan menuangkan segala ide dan kreatifitasnya, dengan banyaknya pengguna aplikasi tersebut lebih memudahkan para kreator untuk menjadi viral dan mudah mendapatkan segala jenis informasi atau berita. Indonesia memiliki banyak TikToker, salah satunya adalah Vina Muliana yang terkenal berkat video tutorial dan tips kerjanya di akun @Vmulliana. Vina kerap kali membagikan konten-konten edukasi seperti cara belajar membuat CV untuk melamar pekerjaan, sistem rekrutmen pekerjaan, tips dan trik dalam memilih karir dan lain-lain. Penelitian ini menerapkan teori SORR, pengaruh konten dan pemahaman. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan teknik *purposive sampling* melalui penyebaran kuisioner kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung yang mengetahui dan memfollow akun TikTok Vina Muliana. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan konten #Tipskerja pada akun TikTok Vina Muliana terhadap Pemahaman dalam pembuatan *Curriculum Vitae*.

Kata Kunci : TikTok, Pengaruh Konten, dan Pemahaman.

ABSTRACT

THE EFFECT OF #TIPSKERJA VIDEO CONTENT ON THE @VMULIANA ACCOUNT TOWARD UNDERSTANDING IN CURRICULUM VITAE CREATION

By

Yuli Indah Mulyani

One of the widely used social media platforms today is TikTok. TikTok has gained immense popularity because it stands out from other applications, where users are active and creative in producing engaging content. With the features provided, users have the freedom to express themselves and channel their ideas and creativity. The large user base of the application makes it easier for creators to go viral and quickly access various types of information or news. Indonesia has many TikTokers, and one of them is Vina Muliana, known for her tutorial videos and work tips on the @Vmulliana account. Vina often shares educational content, such as tutorials on creating a CV for job applications, job recruitment systems, tips and tricks in choosing a career, and more. This research applied the SOR theory, focusing on content effect and understanding. The research used a survey method with purposive sampling techniques by distributing questionnaires to students of the Faculty of Social and Political Sciences at the University of Lampung who knew and followed Vina Muliana's TikTok account. This research results indicate a significant positive effect of the #TipsKerja content on Vina Muliana's TikTok account on the understanding of creating Curriculum Vitae.

Keywords: *TikTok, Content Affect, and Understanding.*

**PENGARUH KONTEN VIDEO #TIPSKERJA PADA AKUN
@VMULIANA TERHADAP PEMAHAMAN DALAM PEMBUATAN
*CURICULUM VITAE***

Oleh

YULI INDAH MULYANI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **PENGARUH KONTEN VIDEO #TIPSKERJA
PADA AKUN @VMULIANA TERHADAP
PEMAHAMAN DALAM PEMBUATAN
CURICULUM VITAE**

Nama Mahasiswa : **Yuli Indah Mulyani**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1746031020

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Ibrahim Besar, S.Sos., M.Si.
NIP 196803212002121001

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Wulan Sueiska, S.I.Kom., M.Si.
NIP 198007282005012001

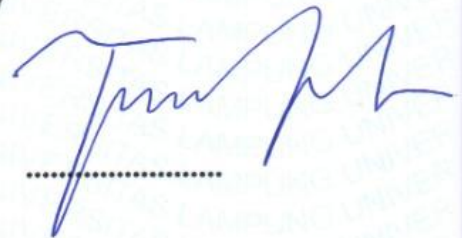
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Ibrahim Besar, S.Sos., M.Si.**



Penguji Utama : **Toni Wijaya, S.Sos., M.A.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **27 Desember 2023**

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuli Indah Mulyani
Nomor Pokok Mahasiswa : 1746031020
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Jl. Untung Suropati Gg. Famili V No. 69, Labuhan Ratu, Bandar Lampung.

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **Pengaruh Konten Video #Tipskerja Pada Akun @Vmulliana Terhadap Pemahaman Pembuatan Curriculum Vitae** adalah benar-benar karya sendiri, bukan plagiat (milik orang) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 27 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Yuli Indah Mulyani
NPM 1746031020

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Yuli Indah Mulyani, lahir di Bandar Lampung pada tanggal 19 Juli tahun 1999. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Datarman, S.Sos dan Ibu Dra. Mirawati. Penulis menyelesaikan pendidikan di TK Transmigrasi pada tahun 2006, Sekolah Dasar (SDN) 3 Labuhan Ratu pada tahun 2011, Sekolah Menengah Pertama (SMPN) 8 Bandar Lampung pada tahun 2014, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) YP Unila pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam kegiatan organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung dan terdaftar sebagai anggota bidang *Advertising* pada tahun 2018/2019. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Unggak, Kecamatan Kelumbayan, Kabupaten Tanggamus periode 1 pada Januari - Februari 2020. Dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) Divisi Pengelolaan Layanan Informasi Publik di Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Bandar Lampung pada bulan November-Desember 2020.

MOTO

" Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apa bila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)."

(Q.S Al-Insyirah: 6-7)

“Terbentur, terbentur, terbentur, terbentuk.”

(Tan Malaka)

PERSEMBAHAN

Aku persembahkan skripsi ini sebagai bentuk hasil dari usaha, tanggung jawab dan rasa terima kasih untuk:

Allah SWT

Kedua orang tuaku yang telah berjuang untukku,

Datarman & Mirawati

Kedua kakakku dan segenap keluarga tersayang.

Dan untuk diriku sendiri yang masih tetap bertahan dan tidak pernah berhenti sesulit apapun keadaannya demi harapan, cita-cita, dan masa depan yang sedang ku perjuangkan.

SANWACANA

Puji syukur tak hentinya saya ucapkan kepada Allah SWT karena berkah dan karunia-Nya penelitian dengan judul *Pengaruh Konten Video #Tipskerja Pada Akun @Vmuliana Terhadap Pemahaman Dalam Pembuatan Curriculum Vitae* ini dapat diselesaikan, sebagai syarat untuk dapat meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam memberikan doa, dukungan, dan bantuan kepada penulis, yaitu :

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung, sekaligus Dosen Penguji Skripsi yang bersedia menjadi dosen penguji serta membantu memberikan kritik, saran, dan nasihat kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ibrahim Besar, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas segala kesediaan, kesabaran, dan keikhlasannya dalam memberikan bimbingan dan ilmu kepada penulis selama perkuliahan hingga saat ini.
6. Ibu Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik penulis yang banyak membantu penulis selama proses perkuliahan.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen, staff, administrasi, dan karyawan jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan hingga saat ini.
8. Kedua orang tua penulis, Ayahanda Datarman dan Ibunda Mirawati yang selalu memberikan semangat dan bekerja keras untuk memenuhi segala kebutuhan

- penulis, selalu memberikan dukungan dan tak henti mendoakan penulis agar diberikan kelancaran untuk menyelesaikan studi.
9. Kedua kakak penulis, Mida Handayani dan Isnaini Mauliyana yang memberikan dukungan demi kelancaran menyelesaikan studi.
 10. Teman-teman seperjuangan penulis : Aura, Salwa, Monica dan Ferdian. Terima kasih sudah membantu, menemani, menjadi *support system* dan tempat keluh kesah penulis serta menjadi kenangan manis penulis selama menjalani perkuliahan.
 11. Kakak-kakak dan teman-teman HMJ Ilmu Komunikasi banyak memberikan dukungan, pembelajaran dan membantu penulis selama perkuliahan hingga pengerjaan skripsi..
 12. Teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2017 baik dari kelas paralel maupun reguler yang telah saling memberikan bantuan dan dukungan selama perkuliahan. Semoga kita semua selalu diberikan perlindungan oleh Allah dan dituntun jalannya menuju kesuksesan.
 13. Untuk semua pihak yang telah berjasa membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis ucapkan terima kasih dan sukses selalu.

Bandar Lampung, Desember 2023

Penulis,

Yuli Indah Mulyani

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Kerangka Berfikir.....	11
1.7 Uji Olah Data.....	12
1.8 Hipotesis Penelitian.....	13
II. TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Gambaran Umum	15
2.2.1 Gambaran Umum Akun TikTok Vina Muliana.....	15
2.3 Kajian Teoritis	17
2.3.1 <i>Grand Theory</i>	17
2.3.2 <i>Middle Theory</i>	18
2.3.3 <i>Aplied Theory</i>	18
2.3.4 Komunikasi.....	18
2.3.5 Media Baru	19
2.3.6 Media Sosial	21
2.3.7 Tiktok.....	23
2.3.8 Teori <i>SOR</i>	25

2.3.9 Curriculum Vitae (CV)	26
2.3.9.1. Tujuan dan Jenis Curriculum Vitae.....	27
2.4 Kajian Konseptual.....	30
2.4.1 Definisi Konsep	30
2.4.2 Definisi Operasional	32
III. METODELOGI PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Variabel Penelitian.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	42
3.6 Teknik Pengujian Instrumen	43
3.6.1 Uji Validitas	43
3.6.2 Reliabilitas.....	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	44
3.8 Pengujian Hipotesis	44
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Hasil Distribusi Kuesioner	46
4.1.2 Karakteristik Responden	46
4.1.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
4.1.3.1 Uji Validitas	47
4.1.3.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.1.4 Deskripsi Hasil Penelitian	49
4.1.4.1 Deskripsi Pertanyaan Variabel Pengaruh Konten #TipsKerja	52
4.1.4.2 Deskripsi Pertanyaan Variabel Pemahaman Dalam Membuat CV	53
4.1.5 Uji Korelasi	53
4.1.6 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.1.7 Uji Hipotesis.....	55

4.1.7.1 Uji Hipotesis.....	55
4.1.7.2 Uji F.....	56
4.1.7.3 Uji Koefisien Determinasi.....	57
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Hasil Pertanyaan Penelitian Variabel Pengaruh Konten Video #Tipskerja	59
4.2.2 Hasil Pertanyaan Penelitian Variabel Pemahaman Pembuatan CV.....	61
4.3 Pembahasan.....	62
4.3.1 Pengaruh Frekuensi Terhadap Pemahaman Dalam Pembuatan <i>Curriculum Vitae</i> (CV).....	62
4.3.2 Pengaruh Durasi Terhadap Pemahaman Dalam Pembuatan <i>Curriculum Vitae</i> (CV).....	63
4.3.3 Pengaruh Atensi Terhadap Pemahaman Dalam Pembuatan <i>Curriculum Vitae</i> (CV).....	64
4.3.4 Pengaruh Isi Media Terhadap Pemahaman Dalam Pembuatan <i>Curriculum Vitae</i> (CV).....	64
4.3.5 Pengaruh Frekuensi, Durasi, Atensi, dan Isi Media Terhadap Pemahaman Dalam Pembuatan <i>Curriculum Vitae</i> (CV).....	65
V. SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Simpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Pengguna Sosial Media.....	2
Gambar 1. 2 Data Unduhan Aplikasi Terbanyak.....	3
Gambar 1. 3 Demografi Pengguna TikTok Indonesia	3
Gambar 1. 4 Profil Akun Tiktok @Vmuliana.....	5
Gambar 1. 5 Interaksi Kolom Komentar Pada Akun Tiktok @Vmuliana.....	6
Gambar 1. 6 Perbandingan Pengikut Antara Akun Tiktok Serupa	7
Gambar 1. 7 Kerangka Berfikir.....	12
Gambar 2. 1 Konten Video Akun TikTok @Vmuliana.....	16
Gambar 2. 2 Vina Muliana Dalam Acara Tiktok Award Indonesia	17
Gambar 2. 3 Contoh CV di Akun Tiktok Vina Muliana.....	17
Gambar 2. 4 Logo TikTok	24

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2. 2 Definisi Operasional	36
Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner Penelitian	46
Tabel 4.2 Karakteristik Demografi Responden.....	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.5 Jawaban Responden Tentang Pengaruh Konten #Tipskerja	49
Tabel 4.6 Jawaban Responden Tentang Pemahaman Pembuatan CV	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Korelasi.....	53
Tabel 4. 8 Derajat Hubungan	54
Tabel 4. 9 Analisis Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Hipotesis	56
Tabel 4. 11 Uji F	57
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi	57
Tabel 4. 13 Frekuensi Kuisisioner	58
Tabel 4. 14 Jawaban Responden Tentang Pengertian.....	58
Tabel 4. 15 Jawaban Responden Tentang Pemahaman Pembuatan CV	61

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

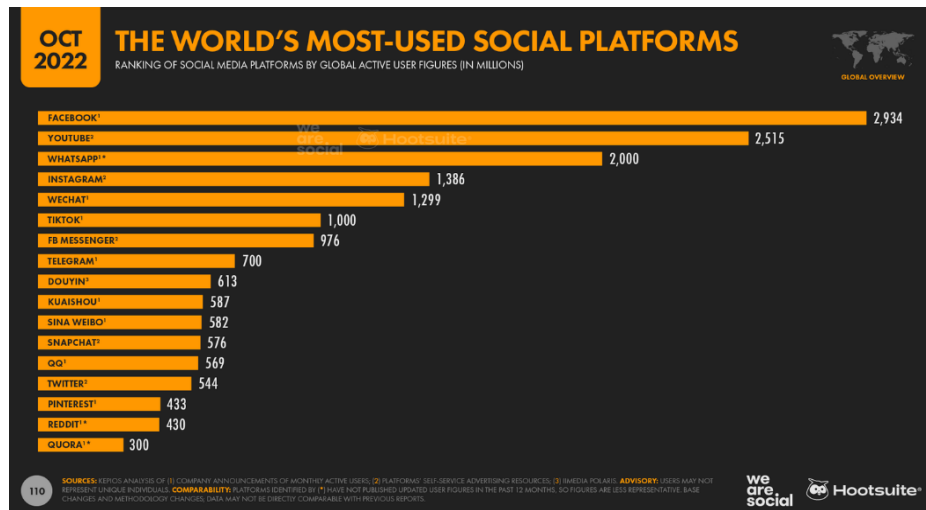
Perkembangan teknologi di era digital saat ini sedang berada pada masa puncaknya, dimana perubahan terjadi secara terus menerus dan membawa dampak yang besar bagi kehidupan manusia di dunia. Manusia memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik itu kebutuhan informasi, kebutuhan sosial, maupun kebutuhan ekonomi.

Dari perkembangan teknologi ini lahir media baru, menurut Mc Quail (2011) media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan adanya digitalisasi dan cangkupan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Karena adanya perkembangan ini *Users* dapat membuat pilihan dan berbagai tanggapan (Croteau, 1997). TikTok adalah contoh dari media baru. *Platform* ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis. Situs ini biasanya digunakan untuk mencari informasi dan menonton video secara langsung.

Munculnya jaringan internet membawa perubahan besar bagi masyarakat, ketersediaan internet yang semakin baik memudahkan masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain. Internet hadir dan mengubah paradigma komunikasi didukung dengan kemudahan akses dan keterjangkauan harga yang dapat dijangkau dari berbagai kalangan.

Media sosial merupakan sebuah media dimana penggunaanya bebas mengakses, mengekspresikan diri, dan memberikan pendapat. Media sosial tercipta dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dan

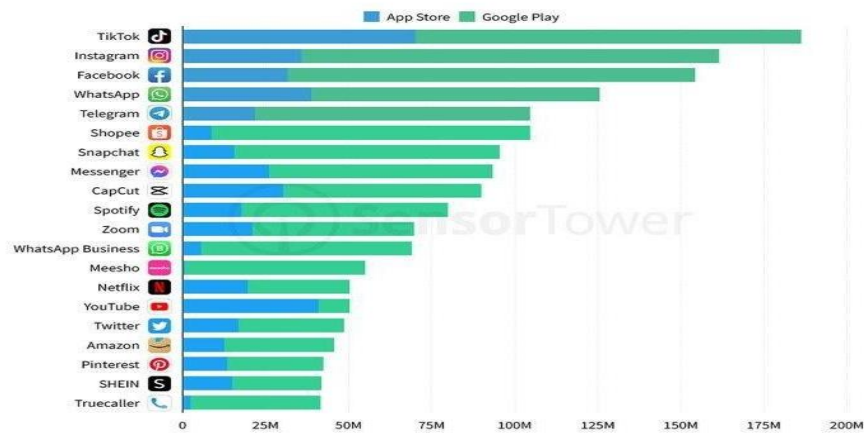
tersedianya jaringan internet. Media sosial merupakan sebuah situs dimana penggunanya dapat terhubung dan berinteraksi satu sama lain untuk mendapatkan informasi melalui cara virtual. Ketersediaan *platform* media sosial juga semakin beragam dan populer saat ini seperti diantaranya, TikTok, Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, whatsapp, telegram dan lainnya.



Gambar 1. 1 . Data Pengguna Sosial Media

Media sosial yang ramai digunakan pada saat ini salah satunya adalah TikTok. TikTok menjadi sangat ramai digunakan dikarenakan aplikasi ini berbeda dengan aplikasi lainnya dimana penggunanya aktif dan kreatif dalam membuat sebuah karya konten yang menarik, dengan adanya fasilitas inilah para pengguna bebas berekspresi dan menuangkan segala ide dan kreatifitasnya, dengan banyaknya pengguna aplikasi tersebut lebih memudahkan para kreator untuk menjadi *viral* dan mudah mendapatkan segala jenis informasi atau berita. Menurut data yang diambil dari *We Are Social & Hootsuite* angka pengguna Tiktok mencapai 1.000 juta pengguna aktif, yaitu menempati urutan ke-enam di dunia. *Platform* ini menyajikan konten video yang bersifat menghibur mendidik dan memberikan informasi bagi penggunanya.

Overall - Worldwide



Gambar 1. 2 Data Unduhan Aplikasi Terbanyak

TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diuncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. Berdasarkan data yang telah dirilis oleh *Sensor Tower* TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di dunia pada Q1 tahun 2022 melampaui Instagram untuk posisi teratas, Tiktok melampaui 3.5 miliar unduhan sepanjang waktu di Q1 2021. Aplikasi tersebut membolehkan para pemakai untuk membuat video musik pendek mereka sendiri. Aktivitas yang dilakukan para penikmat/penonton dalam *platform* TikTok dengan mengikuti (*follow*) agar selalu dapat mengikuti aktivitas dan *update* terhadap video-video terbaru yang ingin mereka tonton, menyukai (*like*), serta memberikan komentar (*comment*) pada video yang tersedia untuk dapat ikut serta aktif memberikan kritik, saran maupun tanggapan kepada pemilik konten.



Gambar 1. 3 Demografi Pengguna TikTok Indonesia

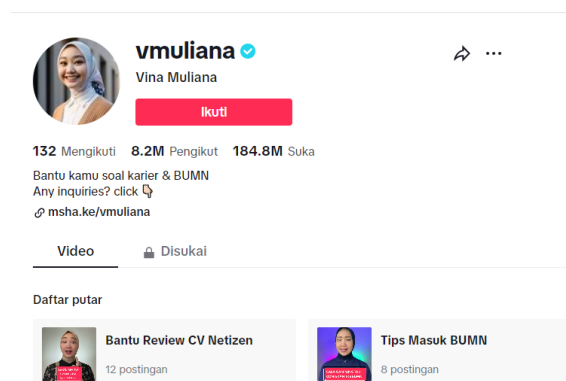
Menurut hasil data pada website Ginee mengemukakan bahwa 76% jumlah pengguna *platform* TikTok yang paling banyak di Indonesia adalah remaja dewasa dan pemuda dari kalangan pelajar maupun mahasiswa yang menggunakan *platform* Tiktok sehingga berpotensi untuk memberikan informasi dan pemahaman terkait dunia pekerjaan. Penggunaan media sosial TikTok yang didominasi oleh kaum milenial dapat memanfaatkan TikTok sebagai media literasi digital untuk menambah wawasan baru, pemikiran yang baru, pengetahuan yang tidak didapat dalam buku pengetahuan lain tentang sesuatu yang menjadi ketertarikannya. Informasi yang sudah didapatkan dapat di cerna dengan menggunakan kemampuan kognitif, membuat pemahaman, penilaian, serta merasakan dan berfikir untuk memutuskan apa yang akan dilakukan kemudian. (sumber: <https://ginee.com/id/insights/ pengguna-tiktok/>, diakses 18 Maret 2022)

Kemudian beberapa orang menggunakan Tiktok untuk mendapatkan keuntungan. Profesi baru ini disebut TikToker. TikToker ialah orang-orang yang menjadikan TikTok sebagai media untuk berbagi video, Biasanya mereka akan berbagi dalam bentuk kreativitas seperti film pendek, video tutorial, tips dan trik dan lainnya.

Kepopuleran TikTok tentunya tidak disia-siakan oleh beberapa akun untuk membuat konten video pada aplikasi TikTok. Menurut Massie (2020) terdapat 3 konten yang hadir dalam aplikasi TikTok, yakni konten edukasi, pemasaran, dan hiburan. Dengan keberagaman fitur yang ada pada aplikasi TikTok tentunya memudahkan penyebaran suatu konten. Penyebaran konten tersebut akan menjadi sebuah topik yang dibahas oleh para penggunanya. Salah satu konten edukasi yang sering dilihat akhir-akhir ini adalah informasi mengenai #TipsKerja. Konten #TipsKerja ini sangat membantu para pengguna TikTok untuk pemahaman mengenai CV mereka dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mendapatkan pekerjaan.

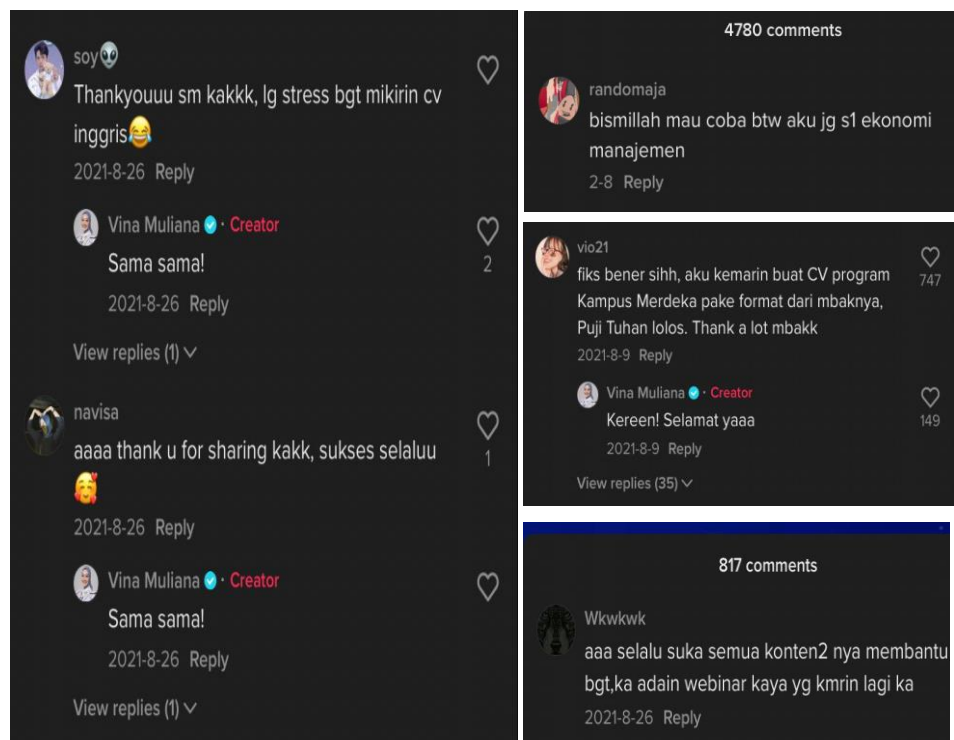
Agustus 2021 lalu, Badan Pusat Statistik merilis kondisi ketenagakerjaan Indonesia dan data menunjukkan bahwa angka pengangguran di Indonesia mencapai 9,1 juta penduduk. Jumlah ini naik dari 8,7 juta penduduk di bulan Februari 2021. Hal ini dikarenakan 21,32 juta penduduk menjadi pengangguran karena terdampak *Covid-19*. Oleh karenanya banyak masyarakat yang berlomba-lomba mencari pekerjaan sehingga persaingan untuk mengisi lowongan pekerjaan semakin ketat. Ketatnya persaingan tersebut di era sekarang mengharuskan masyarakat harus pintar dalam mengolah informasi yang didapatkan demi mendapatkan hasil yang diinginkan.

Indonesia memiliki banyak TikToker, salah satunya adalah Vina Muliana yang terkenal berkat video tutorial dan tips kerjanya di akun @Vmuliana. Vina kerap kali membagikan konten-konten edukasi seperti cara belajar membuat CV untuk melamar pekerjaan, sistem rekrutmen pekerjaan, tips dan trik dalam memilih karir dan lain-lain. Tidak melulu seputar informasi dan tips kerja, akun @Vmuliana juga memuat konten vlog, *quiz* dan seringkali menceritakan kehidupan Vina sebagai pegawai yang saat ini bekerja di sebuah perusahaan BUMN. Vina Muliana sebagai *influencer* muda yang aktif memberikan edukasi positif dikalangan generasi muda, khususnya di bidang karir. Terhitung dari Vina bergabung di TikTok sejak pandemi 2020 hingga saat ini jumlah *followers* mencapai 8,2 Juta dengan lebih dari 100 video dan total like mencapai 184,8 juta. (sumber: tiktok.com/@vmuliana, diakses 23 Oktober 2023)



Gambar 1. 4 Profil Akun Tiktok @Vmuliana

Pengguna media sosial TikTok yang didominasi oleh generasi muda dapat memanfaatkan TikTok sebagai media literasi digital untuk menambah wawasan baru, pemikiran yang baru, pengetahuan yang tidak didapat dalam buku pengetahuan lain tentang sesuatu yang menjadi ketertarikannya. Informasi yang sudah di dapatkan dapat dicerna dengan menggunakan kemampuan kognitif, membuat pemahaman, penilaian, serta merasakan dan berfikir untuk memutuskan apa yang akan dilakukan kemudian.



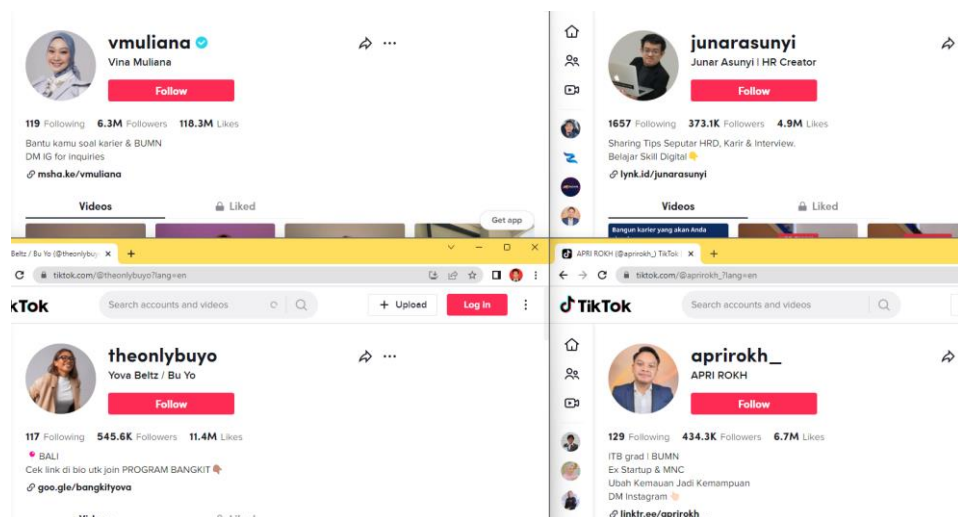
Gambar 1. 5 Interaksi Kolom Komentar Pada Akun Tiktok @Vmuliana

Dalam akunnya tersebut, tak jarang pula Vina membalas pertanyaan-pertanyaan dari para *followers*nya dan membuka diskusi terkait dunia kerja. Gambar 5 di atas menunjukkan adanya ketertarikan (*engagement*) para pengikutnya untuk mengikuti tips kerja dari akun tersebut. Rasa tertarik merupakan salah satu komponen minat, ini merupakan pertanda yang baik bagi akun @vmuliana untuk terus mengunggah konten-kontennya agar pengguna TikTok mengetahui tips dunia kerja lalu menimbulkan minat untuk menentukan karier mereka.

Kemudahan tersebut seperti adanya fitur tagar atau *hashtag* yang memudahkan pengguna untuk menemukan konten serupa. Fitur *comment* yang memberikan keluasan bagi pengguna untuk berinteraksi, fitur *share* yang digunakan untuk menyebarkan konten tersebut. Selain itu, video TikTok yang memiliki durasi pendek dapat meningkatkan sasaran hati pengguna yang pada akhirnya mendorong pengguna untuk menghabiskan waktu menonton video TikTok secara terus-menerus.

Dalam akun @Vmuliana konten yang diberikan juga selalu dikemas dengan hal yang unik. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan *engagement* konten sehingga banyak pengguna lainnya yang tertarik untuk melihat dan mengikuti konten #TipsKerja tersebut. Hasil dari konten tersebut dapat mendorong minat orang-orang untuk meningkatkan pemahaman mereka dalam mencari pekerjaan.

Pemilihan akun @vmuliana ini dikarenakan jika dilihat dari beberapa akun TikTok yang membahas mengenai dunia pekerjaan, akun @vmuliana memiliki jumlah pengikut terbanyak. Sehingga dengan hal tersebut, banyak masyarakat yang memang terkait dengan jenis konten dari akun @vmuliana ini.



Gambar 1. 6 Perbandingan Pengikut Antara Akun Tiktok Serupa

Selain membahas seputar dunia kerja akun tiktok Vina Muliana juga memberikan edukasi terkait bagaimana cara kita melamar pekerjaan dengan baik dan benar, mulai dari tata cara pembuatan CV atau *curriculum vitae* dan juga dalam hal wawancara dalam tes masuk kerja. Hal ini dapat membantu terutama pada kalangan mahasiswa untuk belajar bagaimana cara melamar pekerjaan dengan baik dan mampu diterima perusahaan.

Dalam penelitian ini, membahas tentang dampak dari pengaruh konten yang dilakukan oleh Vina Muliana terhadap suatu bagaimana individu membentuk arah tujuan pekerjaan, membuat langkah-langkah tindakan, memperoleh edukasi ataupun pelatihan yang diperlukan, hingga mendapatkan pekerjaan yang relevan dari bidang yang diminati. Dengan adanya kegiatan menonton konten #TipsKerja ini menimbulkan sebuah motif di antara mereka. Motif adalah kepuasan yang dicari seseorang dalam menggunakan media tertentu (McQuail, 1997). Individu yang satu dengan individu yang lain akan mengkonsumsi media dengan cara yang berbeda dengan tujuan yang berbeda pula (Severin dan Tankard, 1997).

Untuk menimbulkan motif pengguna tersebut tentunya seseorang harus mempunyai minat terlebih dahulu. Minat adalah kesadaran pikiran seseorang yang memberikan respon langsung terhadap suatu objek yang memberikan kesenangan dan kepuasan. Definisi ini memberi gambaran bahwa minat berfungsi menjadi daya paku yang menggerakkan seseorang terhadap tindakan yang spesifik.

Dalam hal ini minat yang ingin dicari oleh penulis yakni mengenai pemahaman mahasiswa dalam pembuatan CV yang ditimbulkan dari penggunaan TikTok untuk melihat konten video #TipsKerja. Pemilihan mahasiswa tingkat akhir dikarenakan Mahasiswa yang berkuliah di Perguruan Tinggi rata-rata berusia 22-25 tahun dan berada pada kategori remaja akhir, dimana pada masa ini remaja lebih mantap dan stabil, mengenal dirinya, memahami arah hidup dan menyadari tujuan hidupnya

(Kartono dalam Haryanto, 2010), dan harus memahami bagaimana cara mempersiapkan CV yang baik untuk melamar pekerjaan.

Hasil penelitian oleh Crites di Amerika (dalam Pinarti, 2011) sekitar 30% individu di sekolah menengah dan perguruan tinggi belum memutuskan pilihan 187 karir mereka. Penelitian lainnya dilakukan oleh Yunitri (2014) kepada 208 mahasiswa tingkat akhir di Jakarta ditemukan 73 mahasiswa yang kuliah sambil bekerja dan hanya 38 orang yang bekerja sesuai dengan bidang pekerjaan yang diharapkan setelah lulus kuliah.

Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor dunia industri terus berubah, jumlah lulusan mahasiswa yang semakin bertambah namun tingkat gap antara kebutuhan industri dengan kompetensi yang dibutuhkan membuat mahasiswa perlu melakukan eksplorasi dan memahami mengenai seputar dunia pekerjaan terutama hal ini dalam pembuatan CV.

Hadirnya media baru, khususnya TikTok dan kemudahan mendapatkan informasi mengenai tips dunia pekerjaan dan fitur-fitur yang membantu, maka dapat mempermudah mereka dalam menata karier mereka. Terlebih dengan melonjaknya angka pengangguran di Indonesia akibat dari pandemi *Covid-19* ini. Sehingga peneliti ingin melihat apakah dengan adanya aspek-aspek tersebut, konten #TipsKerja yang dilihat khususnya oleh mahasiswa tingkat akhir dapat mempengaruhi minat mereka dalam menentukan karier dalam dunia pekerjaan.

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa tingkat akhir Universitas Lampung terutama pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dimana untuk mengetahui apakah peran konten video #Tipskerja dapat membantu pemahaman dalam pembuatan CV guna persiapan bagi para mahasiswa untuk melamar pekerjaan dan memiliki kesiapan setelah selesai menginjakkan bangku kuliah.

Berdasarkan latar belakang telah dijelaskan oleh peneliti, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui tentang seberapa besar “Pengaruh

Konten Video #TipsKerja pada Akun @Vmuliana terhadap Pemahaman dalam Pembuatan *Curriculum Vitae*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka dapat rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Seberapa besar pengaruh Konten Video #Tipskerja pada Akun @Vmuliana terhadap pemahaman dalam pembuatan *curriculum vitae*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Konten Video #Tipskerja pada Akun @Vmuliana terhadap pemahaman dalam pembuatan *curriculum vitae*.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka pertanyaan dalam penelitian ini:

1. Seberapa besar pengaruh Konten Video #Tipskerja pada Akun @Vmuliana dalam memberikan pengertian dalam pembuatan *curriculum vitae*?
2. Seberapa besar pengaruh Konten Video #Tipskerja pada Akun @Vmuliana membantu pemahaman dalam pembuatan *curriculum vitae*?

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan pada kajian bidang ilmu komunikasi khususnya dalam bidang *new media* serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- Bagi Pihak Lain

Diharapkan sebagai gambaran dan acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang dengan pokok permasalahan yang sama mengenai tayangan konten video #TipsKerja pada aplikasi TikTok terhadap minat pengguna dalam pemahaman pembuatan CV. Serta bagi masyarakat lain penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber informasi mengenai pentingnya mengetahui tips seputar dunia kerja dalam menentukan karir penggunanya.

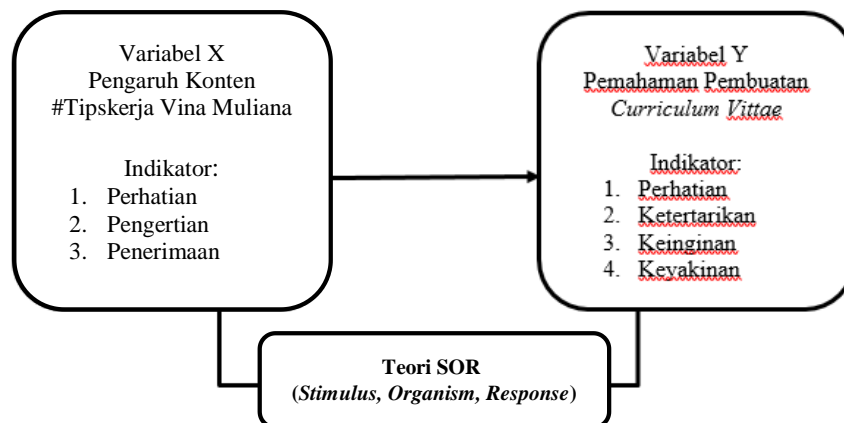
- Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan sebagai sarana untuk berlatih berpikir secara ilmiah, dapat berguna mengembangkan pengetahuan, dan mencoba menganalisis data yang diperoleh guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan tayangan konten video #TipsKerja pada aplikasi TikTok terhadap minat pengguna dalam pemahaman dalam pembuatan CV, serta sebagai bahan pembuatan skripsi untuk salah satu syarat guna meraih gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

1.6 Kerangka Berfikir

Kerangka pikir merupakan sebuah rangkain pemikiran peneliti terkait dengan judul penelitian yang diangkat. Berdasarkan kerangka pikir yang dibuat, penelitian ini mengambil variabel X berupa video tipskerja pada akun TikTok @Vmuliana. Adapun indikator dari terpaan konten adalah frekuensi, durasi, dan atensi serta isi media dari konten tipskerja. Variabel Y dalam penelitian ini adalah pemahaman dalam pembuatan CV. Adapun indikator untuk variabel Y adalah perhatian, ketertarikan, keinginan, dan keyakinan. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

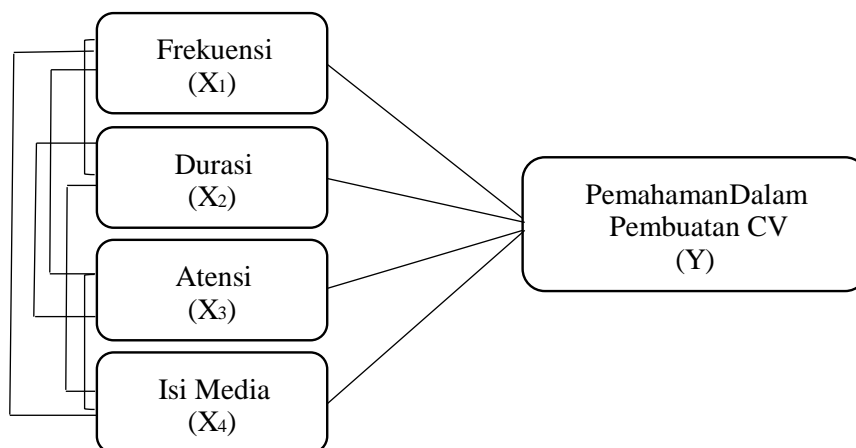
Gambar 1.7 Kerangka Berfikir



1.7 Uji Olah Data

Uji olah data merupakan sebuah rangkaian pengujian data terkait dengan judul penelitian yang diangkat. Berdasarkan judul yang dibuat, penelitian ini mengambil variabel X berupa video tipskerja pada akun TikTok @Vmulliana dengan pemahaman dalam pembuatan CV variabel Y. Sehingga uji olah data digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Adapaun bentung kerangka uji olah data pada gambawa dibawah ini:

Gambar 1.8 Uji Olah Data



1.8 Hipotesis Penelitian

Menurut Hadi (1999), hipotesis berasal dari Bahasa Latin yang terdiri dari dua suku kata yaitu hippo dan tesis. Hippo berarti dugaan dan tesis adalah dalil. Jadi hipotesis adalah dugaan yang bersifat sementara, yang mungkin

benar atau mungkin salah dan belum dibuktikan kebenarannya secara empiris.

Berdasarkan definisi diatas, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀: Tidak terdapat pengaruh video #tipskerja pada akun @Vmuliana terhadap pemahaman dalam pembuatan *curriculum vitae*.

H_a: Terdapat pengaruh video #tipskerja pada akun @Vmuliana terhadap pemahaman dalam pembuatan *curriculum vitae*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi atau rujukan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian ini. Penelitian terdahulu diperlukan untuk mengidentifikasi penelitian dengan tema serupa yang pernah diteliti sebelumnya sehingga peneliti dapat mengetahui perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan agar menghindari terjadinya duplikasi. Penelitian terdahulu pada penelitian ini mencakup penelitian yang memiliki relevansi sesuai dengan tema yang peneliti angkat. Berikut, merupakan beberapa penelitian terdahulu yang peneliti kumpulkan dan gunakan dalam penelitian ini:

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu

1.	Peneliti	Devi Anggraeni Suyanto, Ratnaningrum Zusyana D., dan M.I. Asyarin Hayau Lailin mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Majapahit
	Judul Penelitian	Pengaruh Konten Channel Youtube Nihongo Mantapu Terhadap Pemilihan Karir Generasi Z (Studi Pada Sma Negeri 1 Bangsal)
	Kontribusi bagi Peneliti	Penelitian ini memberikan kontribusi sebagai sumber referensi bagi peneliti mengenai pengaruh konten nihongo mantapu terhadap kaum generasi z dalam pemilihan karir
	Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti penenruan karir.
	Perbedaan	Objek yang diambil berbeda, pada penelitian ini mengambil objek akun tiktok @Vmuliana dan fokus pada pemilihan karir sebagai fenomena yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitaif

		sedangkan peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif.
2.	Peneliti	Brigita Marchia Enda, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya
	Judul Penelitian	Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Niat Beli Konsumen (Studi Penggunaan Influencer Fadil Jaidi di Instagram pada Produk Fashion).
	Kontribusi bagi Peneliti	Peneliti mendapat referensi lebih jauh mengenai <i>celebrity endorsment</i> Fadil Jaidi.
	Persamaan	Metode yang digunakan sama yakni metode kuantitatif. Membahas mengenai respon pengguna terhadap konten kreator.
	Perbedaan	Objek yang diambil berbeda, pada penelitian ini mengambil objek akun tiktok @Vmuliana dan fokus pada pemilihan karir sebagai fenomena yang terjadi.
3.	Peneliti	Rifo Aziz Taufik, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung
	Judul Penelitian	Pengaruh Kredibilitas Influencer Najwa Shihab Terhadap Minat Followers Untuk Berdonasi Pada Gerakan #Celengan kemanusiaan Di Instagram
	Kontribusi bagi Peneliti	Pengembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi khususnya di bidang <i>new media</i> dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
	Persamaan	Metode yang digunakan sama yakni metode kuantitatif. Dan media sebagai sarana informasi.
	Perbedaan	Objek yang diambil berbeda, pada penelitian ini mengambil objek akun tiktok @Vmuliana dan fokus pada pemilihan karir sebagai fenomena yang terjadi.

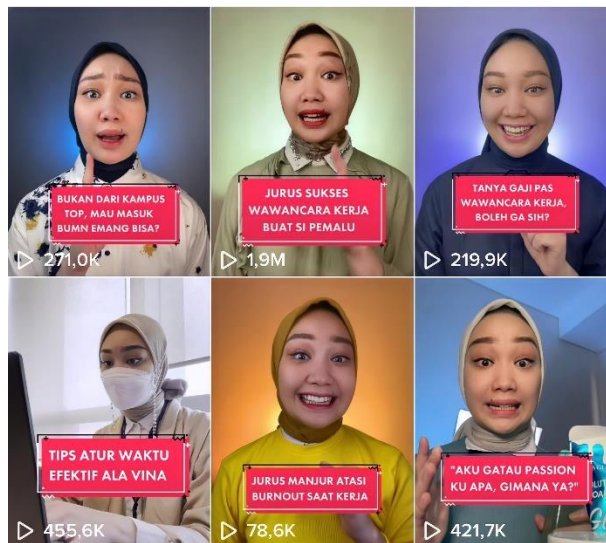
Sumber: Data Diolah, (2022)

2.2 Gambaran Umum

2.2.1 Gambaran Umum Akun TikTok Vina Muliana

Akun TikTok @Vmuliana merupakan akun TikTok yang dimiliki oleh publik figur Vina Muliana atau yang memiliki nama asli Vina A. Muliana Omar. Vina Muliana lahir di Jakarta, selain menjadi TikToker Vina juga

bekerja sebagai pegawai di Mining Industry Indonesia (MINI ID) yang merupakan salah satu perusahaan BUMN.



Gambar 2. 1 Konten Video Akun TikTok @Vmulliana

Akun TikTok @Vmulliana mulai aktif di sosial media TikTok pada tahun 2020, yang hingga kini telah memiliki jumlah *followers* sebanyak 8,2 juta dan telah menerbitkan lebih dari 100 video per tanggal 23 Oktober 2023.

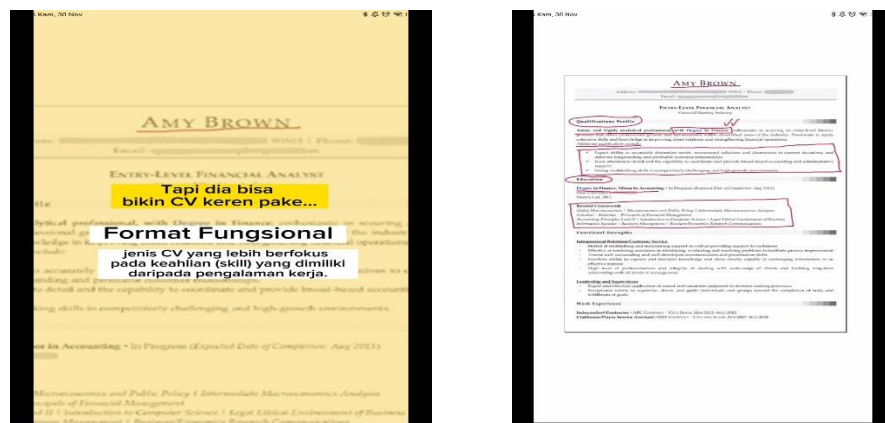
Berawal dari keprihatinan Vina akan banyaknya orang yang terpaksa kehilangan pekerjaan akibat dampak dari pandemi *Covid-19* membuat Vina akhirnya memutuskan untuk membuat video yang dapat membantu para pengguna TikTok yang membutuhkan. Ternyata video tersebut menuai banyak respon positif dan dinilai masyarakat sangat bermanfaat, akun tersebut semakin menerbitkan konten-konten seputar tips dan cara untuk mendapat pekerjaan.

Melalui konten video edukasi akun @Vmulliana sangat aktif menerbitkan konten-konten video setiap harinya yang menampilkan edukasi mengenai cara mencari pekerjaan dan membuat banyak perhatian dikalangan masyarakat, dengan konten yang begitu edukatif pada tahun 2022 Vina memenangkan ajang penghargaan TikTok Awards Indonesia sebagai *Best of Learning and Education*.



Gambar 2. 2 Vina Muliana Dalam Acara Tiktok Award Indonesia Penghargaan ini diberikan karena Vina dinilai mampu mengedukasi masyarakat dan membantu mengenai persoalan tentang dunia pekerjaan, dimana banyaknya perhatian generasi muda dengan konten yang Vina sajikan mampu membantu mereka untuk lebih berkembang dalam segala aspek terutama dalam hal mencari pekerjaan.

Salah satu konten Vina Muliana yaitu adalah mereview CV dan memberikan edukasi bagaimana cara membuat CV yang baik dan benar. Dimana dalam konten tersebut Vina Muliana memberikan edukasi bagaimana CV yang baik dari hal penulisan, kemampuan bidang, serta foto yang dimasukkan kedalam CV sehingga, CV tersebut mampu menarik perhatian dan juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para perusahaan dalam kegiatan rekrutmen agar CV tersebut dapat diterima. Maka dari itu penelitian ini lebih menekankan pemahaman akan para *followers* Vina Muliana dalam hal membuat CV atau pemahaman terhadap CV guna untuk melamar suatu pekerjaan.



Gambar 2. 3 Contoh CV di Akun Tiktok Vina Muliana

Pada gambar 2.3 menunjukkan bahwa bagaimana bentuk CV yang baik dan benar di akun TikTok Vina Muliana dimana CV yang benar yang menggunakan format yang lebih fungsional dan lebih fokus kepada keahlian yang dimiliki walaupun belum memiliki pengalaman kerja.

2.3 Kajian Teoritis

2.3.1 *Grand Theory*

Grand theory merupakan dasar lahirnya teori-teori lain yang mana teori ini bersifat makro atau masih bersifat luas dan kemudian di rumuskan pada level selanjutnya (Dougherty dan Pfaltzgraff, 1900). Dalam penelitian ini *grand theory* yang akan dijadikan landasan penelitian ini adalah Teori Kognitif.

Teori kognitif menggambarkan dan menerangkan aspek-aspek umum berfikir. Kognitifisme mengenal hubungan stimulus respon. Manusia adalah organisme aktif yang menafsirkan dan bahkan mendistorsi lingkungan.

2.3.2 *Middle Theory*

Middle theory merupakan adalah teori-teori yang digunakan untuk menghubungkan pemisah diantara hipotesis-hipotesis terbatas dari studi empirisme dan teori-teori besar (grand teori) yang abstrak (Dougherty dan Pfaltzgraff, 1900). Dalam penelitian ini *middle theory* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *media baru*.

2.3.3 *Aplied Theory*

Applied Theory adalah suatu teori yang berada di level mikro dan siap untuk diaplikasikan dalam konseptualisasi (Dougherty dan Pfaltzgraff, 1900). Dalam penelitian ini *applied theory* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (*stimulus, organism, response*).

2.3.4 Komunikasi

Menurut Rogers dan D. Lawrence Kincaid dalam Cangara (2015) komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Komunikasi dalam kegiatan pemasaran bersifat kompleks, tidak sederhana seperti berbincang-bincang dengan teman atau keluarga.

Bentuk komunikasi yang lebih rumit akan mendorong penyampaian pesan oleh komunikator pada komunikan, melalui strategi komunikasi yang tepat dengan proses perencanaan yang matang. Komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.

Menurut Sutrisno (2017), komunikasi merupakan suatu konsep yang multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan Komunikasi sebagai proses sosial Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dimana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum menfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitan pesan dengan perilaku.

Media Komunikasi menurut (Kadir, 2003) ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

- a. Media komunikasi antar pribadi
- b. Media penyimpanan
- c. Media transmisi

Perkembangan teknologi yang mengarah pada terciptanya media baru tentunya tidak dapat sepenuhnya menghilangkan atau menggantikan media lama, karena banyaknya alasan dan karakter media lama yang tidak dapat digantikan oleh media baru.

2.3.5 Media Baru

Konsep *new media* atau media baru secara sederhana sering diartikan sebagai media yang menggunakan perangkat komputer dan bersifat interaktif. Contoh media yang merepresentasikan konsep media baru adalah internet. Internet merupakan hasil dari konvergensi yang mampu menggabungkan antara media cetak, audio dan visual sekaligus (McQuail dalam Efendi dkk., 2021).

Media baru menurut Mondry merupakan media yang menggunakan jaringan internet, media online, berbasis teknologi digital, bersifat fleksibel, memiliki potensi interaktif, dapat berfungsi secara privat maupun publik. Menurut McQuails (2011), media baru adalah perangkat teknologi elektronik yang mencakup beberapa sistem teknologi memiliki dampak langsung dan tidak langsung serta memiliki kelancaran korespondensi.

Denis McQuail menjelaskan ciri utama media baru yaitu (McQuail, 2011):

1. Adanya hubungan (*interkonektivitas*)
2. Aksesnya terhadap khalayak sebagai komunikator maupun komunikan
3. Karakter terbuka dan kegunaannya beragam
4. Bersifat ada dimana-mana

Media baru memiliki karakteristik kualitas sebagai berikut:

1) Interaktif

Media baru dari perkembangan teknologi memiliki kelebihan yang lebih cerdas dibanding media yang telah ada sebelumnya, karakteristik ini merupakan karakteristik yang paling menonjol dan membedakan media baru dengan media lainnya.

2) Hipertekstual

Informasi yang terkandung dalam media baru bersifat hipertekstual, yang berarti informasi yang sudah pernah disebarluaskan baik melalui media sebelumnya di input kembali dalam media baru dengan tampilan dan bentuk yang disesuaikan. Hal ini digunakan sebagai database perpindahan dari media sebelumnya ke media baru sehingga informasi yang pernah ada disebarluaskan menjadi arsip dan tidak hilang begitu saja.

3) Jaringan (*Networking*)

Dalam media baru terdapat jaringan yang memudahkan bagi pengguna untuk mengakses dan menggunakan web untuk menemukan data. Jaringan ini berupa *World Wide Web*, situs organisasi / negara, lokal, media berbasis web, blog, maupun diskusi online.

4) Maya / Virtual

Virtual / maya merupakan segala bentuk komunikasi yang dilakukan melalui ruang digital dan tidak secara langsung menggunakan jaringan internet. Hal ini dapat menjadikan karakteristik ini sebagai kekurangan dari media baru dikarenakan jangkauan kebebasan informasi yang sangat luas dan tak terbatas serta identitas seseorang dalam dunia virtual yang tidak dapat dipercaya sepenuhnya.

5) Simulasi

Simulasi atau juga imitasi dalam media berarti menirukan atas apa yang dilihat yang berguna baginya kedalam kehidupan. Media baru menirukan yang terdapat pada media lama yang masih sesuai dan bisa dimasukkan dalam media baru karena setiap media memiliki efek yang besar kepada khalayak atau penggunanya.

6) Digital

Karakteristik ini berarti segala sesuai yang menggunakan media baru berbasis digital yang dibuat oleh manusia menggunakan alat elektronik dan jaringan internet yang diolah oleh kode yang telah diprogram.

2.3.6 Media Sosial

Media sosial adalah perangkat lunak yang terhubung melalui jaringan internet secara virtual yang memungkinkan individu atau komunitas berkumpul di ruang digital. Kecanggihan teknologi yang semakin maju dan mudah didapatkan menjadikan media sosial semakin berkembang. Asalkan terdapat jaringan internet maka komunikasi melalui media sosial dapat dilakukan dimana saja, kapan saja dan oleh siapa saja.

Media sosial adalah bagian dari media baru. Media sosial merupakan media atau sarana berbasis internet yang menghubungkan individu untuk saling berinteraksi berpartisipasi dan beraktivitas dalam ruang digital tanpa batasan ruang waktu maupun jarak. Van Dijk mengartikan media sosial merupakan sebuah *platform* media yang berfokus pada eksistensi pengguna dan memfasilitasi penggunaannya dalam berinteraksi dan beraktivitas (Nasrullah, 2015).

Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan sebuah sarana untuk meningkatkan pengguna untuk saling berbagi dan bekerja sama antar pengguna untuk melakukan tindakan yang berada diluar institusional maupun organisasi. Media sosial mengajak publik dan penggunaannya untuk turut serta terlibat secara terbuka dalam komunikasi yang dilakukan dalam media sosial. Media sosial dapat dikatakan sebagai perwujudan dari media online mana penggunaannya dapat berinteraksi, berbagi dan memproduksi konten dalam ruang digital / virtual yang didorong oleh kecanggihan teknologi multimedia.

Kehadiran media sosial membuat individu dapat mengetahui berbagai informasi dari tempat yang berbeda. Hal ini dikarenakan informasi di dalam media sosial mudah menyebar luas hingga cakupan global. Media sosial memiliki ciri-ciri umum, yaitu pertukaran pesan multi pengguna, pesan yang disampaikan bebas, pesan dapat diproses dengan cepat dan

penerima pesan dapat menentukan waktu interaksi (Kaplan dan Haelin, 2010).

Kaplan dan Haelin (2010) mengelompokkan jenis media sosial menjadi 6 jenis, antara lain:

- 1) *Project collaboration*, merupakan situs yang memberikan akses kepada penggunanya untuk mengedit isi yang terdapat dalam situs tersebut. Contohnya Wikipedia.
- 2) *Blog dan microblogs*, adalah situs yang digunakan sebagai media dokumentasi pribadi atau kelompok. Contohnya Kompasiana, Wordpress, Blogspot, dll.
- 3) *Content share*, merupakan situs yang menyediakan layanan berbagi konten (teks, gambar, dan video) dengan sesama pengguna. Contohnya YouTube, Slideshare, Twitch, dll.
- 4) *Social networks*, merupakan aplikasi atau situs yang digunakan untuk bersosialisasi secara virtual. Contohnya Facebook dan Instagram.
- 5) *Virtual game world*, merupakan situs yang dapat meniru lingkungan dalam bentuk avatar. Contohnya *World of Warcraft*.
- 6) *Virtual social world*, merupakan situs lingkungan hidup digital yang dapat digunakan penggunanya untuk berinteraksi. Contohnya *Second Life*.

2.3.7 Tiktok

Keberadaan internet di era sekarang memunculkan banyak sekali teknologi yang dapat memudahkan manusia dalam beraktivitas, berinteraksi dan berkomunikasi. Salah satu teknologi komunikasi yang tercipta dari keberadaan internet adalah media sosial. Terdapat banyak media sosial yang digunakan oleh masyarakat saat ini, hadirnya media sosial yang baru dan menarik menjadikan media sosial merupakan salah satu aspek penting bagi masyarakat era ini, seperti Tiktok, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Whatsapp dan lain lain.



Gambar 2. 4 Logo TikTok

TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan *platform* video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao. ByteDance Inc, mengembangkan sayap bisnisnya ke Indonesia dengan meluncurkan aplikasi video musik dan jejaring sosial bernama Tiktok. Sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018, tik tok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali.

Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang. Aplikasi tiktok merupakan aplikasi yang memperbolehkan para pemakainya untuk membuat video musik berdurasi pendek.

Aktivitas yang dilakukan para penikmat/penonton dalam *platform* TikTok dengan mengikuti (*follow*) agar selalu dapat mengikuti aktivitas dan *update* terhadap video-video terbaru yang ingin mereka tonton, menyukai (*like*), serta memberikan komentar (*comment*) pada video yang tersedia untuk dapat ikut serta aktif memberikan kritik, saran maupun tanggapan kepada pemilik konten.

TikTok merupakan media sosial yang populer saat ini untuk memuat, membagikan dan menonton video secara gratis dan praktis. Terdapat banyak macam video yang diunggah dan dibagikan dalam media sosial

TikTok mulai dari vlog, tutorial hingga *tips and trick*. TikTok dengan beberapa fitur yang tersedia di dalamnya menciptakan hubungan interaksi dan komunikasi yang sangat dekat antar penggunanya.

TikTok menjadi berbagai macam kebutuhan bagi penggunanya, fitur yang tersedia sangat membantu dari berbagai macam aspek kebutuhan. Mulai dari sebagai wadah kreatifitas dan memberikan hiburan serta edukasi hingga dapat mendatangkan penghasilan tambahan bagi pada produsen video.

Terdapat beberapa fitur yang tersedia di TikTok diantaranya:

1. Mengikuti (*Follow*), fitur ini digunakan penggunanya untuk dapat berlangganan pada akun tertentu. Dengan berlangganan pada sebuah akun tertentu maka pengguna dapat menerima notifikasi apabila saluran tersebut menerbitkan video terbaru.
2. Suka (*Like*), pengguna dapat menyukai video yang mereka tonton dan membantu video tersebut untuk naik dalam trending yang dapat direkomendasikan kepada pengguna lainnya.
3. Komentar (*Comment*), fitur komentar digunakan untuk dapat melakukan komunikasi secara dua arah dengan memberikan pujian, kritik, saran maupun masukan.
4. Siaran Langsung (*Live*), fitur siaran langsung digunakan untuk dapat melakukan siaran tatap muka secara langsung dengan para *followers* seperti layaknya live di televisi.

2.3.8 Teori S-O-R

Penelitian ini model yang digunakan adalah model SOR (*Stimulus, Organism, Respon*). Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi (McQuail, 2010). Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi komunikasi.

Artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non-verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Teori ini merupakan prinsip yang sederhana dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, seorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audience.

Menurut McQuail, (2010) Teori yang melandasi penelitian ini adalah teori SOR (*Stimulus, Organism, Respon*) yang berkeyakinan bahwa penyebab sikap yang dapat berubah tergantung pada kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme. Inti dari teori ini adalah bahwa setiap proses efek media terhadap individu, harus diawali dengan perhatian atau terpaan oleh beberapa pesan media.

Adapun keterkaitan model SOR (Stimulus, Organism, Respon) dalam penelitian ini adalah:

- 1) Stimulus yang di maksud adalah konten Vina Muliana yang disampaikan dalam sosial media TikTok.
- 2) Organisme yang dimaksudkan adalah *followers* akun TikTok Vina Muliana.
- 3) Respon yang dimaksud adalah pemahaman akan konten dalam pembuatan CV.

2.3.9 Curriculum Vitae (CV)

Menurut Molloy (2015:130), CV adalah sarana yang paling penting untuk mendapatkan pekerjaan baru. CV adalah sarana utama untuk memasarkan diri anda agar bisa memperoleh kesempatan wawancara. Menurut Hasan (dikutip Abdul Harish Faqih et al, 2018), Curriculum Vitae (CV) adalah suatu halaman yang berisi tentang data pribadi, background sekolah, pengalaman kerja dan lain sebagainya yang ditujukan untuk melamar suatu pekerjaan.

Curriculum Vitae (CV) atau riwayat hidup ringkas merupakan daftar yang memuat informasi lengkap riwayat hidup seseorang dan berfungsi sebagai indikator diri yang meliputi riwayat, pengalaman, bakat- bakat, dan kemampuan. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Curriculum Vitae* (CV) atau Riwayat Hidup adalah cerita yang menjelaskan segala sesuatu yang pernah dialami seseorang.

Biasanya sebuah CV memuat berbagai informasi pokok mengenai seorang pelamar pekerjaan diantaranya data diri seperti nama, tempat, tanggal lahir, jenis kelamin, agama, kewarganegaraan, alamat, telepon dan selain data diri juga mencantumkan latar belakang pendidikan, kursus-kursus, skill atau kemampuan kerja, pengalaman kerja dan informasi lain yang dibutuhkan. Secara keseluruhan CV merupakan informasi lengkap gambaran pribadi seseorang untuk digunakan melamar pekerjaan atau untuk keperluan lainnya.

2.3.9.1. Tujuan dan Jenis *Curriculum Vitae*

Menurut Loewen, Curtis E (2011) dalam Guide For Job Search, secara garis besar, ada dua jenis CV yang terkait dengan pencarian pekerjaan. Pertama adalah CV berdasarkan urutan kronologis. *Curriculum Vitae* ini mengedepankan pendidikan dan pengalaman kerja dalam urutan kronologis, baik digunakan untuk tipe pekerjaan yang sama sepanjang karir. Yang kedua ialah curriculum vitae berdasarkan keterampilan, jenis CV ini lebih fokus pada keterampilan dibanding pengalaman kerja. Fungsinya untuk meyakinkan pemberi kerja bahwa anda mempunyai keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan tersebut, CV ini cocok untuk *fresh graduate* dan orang yang ingin berganti pekerjaan ke bidang yang berbeda.

Kedua jenis CV ini dibutuhkan perusahaan untuk tujuan yang sama. Tujuan pertama adalah untuk memperoleh profil atau figure pekerja yang sesuai kebutuhan organisasi. Tujuan kedua adalah untuk mempermudah

proses seleksi awal karena begitu banyaknya pihak yang melamar. Tujuan ketiga adalah untuk bahan referensi lain yang berfungsi untuk mendukung berbagai aktivitas perusahaan, seperti kebutuhan pelatihan, basis data SDM, referensi gaji dan kompensasi, dan lain sebagainya.

Oleh karena itu, CV yang baik ditinjau dari segi organisasi adalah:

1. Dokumen yang dapat mendeskripsikan profil seorang kandidat secara lengkap (riwayat dan pengalaman hidupnya) dalam bahasa yang ringkas, padat, dan jelas.
2. Isinya dapat dipergunakan oleh organisasi dalam memutuskan apakah yang bersangkutan memiliki profil kompetensi dan pengalaman yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan (posisi pekerjaan yang ditawarkan).
3. Dapat digunakan untuk memperkirakan besarnya paket kompensasi dan target kinerja yang diharapkan.

Menurut Redaksi Tangga Pustaka (2009: 84-90), urutan daftar riwayat hidup adalah sebagai berikut:

1. Nama
2. Nomor Telepon
3. Jenis Kelamin
4. Tempat dan Tanggal Lahir
5. Kewarganegaraan
6. Agama
7. Status Nikah
8. Alamat
9. Pendidikan
10. Tambahan
11. Hobi
12. Pengalaman
13. Pas Foto
14. Referensi

Menurut Prof. Richardus Eko Indrajit, dosen Universitas Ahmad Dahlan, dalam is.uad.ac.id, sejumlah komponen penting yang harus ada dalam sebuah CV yang baik adalah sebagai berikut:

1. Latar Belakang Pendidikan

Organisasi terkait ingin mengetahui, tidak hanya informasi mengenai pendidikan terakhir pelamar, namun juga asal perguruan tinggi yang bersangkutan dan jurusan atau program studi yang diambil atau ditekuni. Melalui informasi ini, organisasi terkait memperoleh gambaran mengenai tingkat kognitif kandidat di bidang ilmu yang ditekuni. Ada baiknya ditambahkan bidang konsentrasi atau peminatan khusus dari yang bersangkutan agar dapat menambah jelas keterangan mengenai ilmu yang dikuasai.

2. Pengalaman Bekerja

Banyak hal yang ingin dan dapat diketahui oleh organisasi terkait dengan profil kandidat, diantaranya adalah portofolio perusahaan tempat selama ini yang bersangkutan pernah bekerja, ragam jabatan atau fungsi dalam organisasi yang pernah digeluti, besarnya tanggung jawab yang pernah diemban selama ini, durasi waktu melakukan masing-masing pekerjaan, dan pihak-pihak yang dapat dihubungi sebagai referensi.

Bagi mereka yang belum pernah bekerja secara formal, seperti misalnya sarjana yang baru saja lulus, ada baiknya disertakan serangkaian informasi mengenai keterlibatan yang bersangkutan dalam berbagai program, proyek, atau aktivitas dengan industri sebagai mitra, misalnya pengalaman dalam melaksanakan praktik kerja, keterlibatan dalam mengerjakan proyek tertentu, program penelitian yang dilakukan bersama, dan lain sebagainya.

3. Aktivitas Organisasi

Menceritakan mengenai keterlibatan kandidat dalam berbagai aktivitas komunitas formal maupun non formal. Dari informasi ini

akan diperoleh gambaran mengenai kemampuan beragam soft skills kandidat terkait dengan sejumlah aktivitas yang bersangkutan dalam menjalankan jabatan yang ditekuni melalui organisasi terkait, artinya yang bersangkutan memiliki nilai tambah karena adanya sejumlah pengalaman berinteraksi dengan individu maupun publik.

4. Sertifikasi Keahlian

Meliputi beraneka ragam sertifikasi atau pengakuan keahlian lainnya yang secara formal diberikan oleh sebuah lembaga atau institusi kepada pihak yang bersangkutan, baik yang berhubungan dengan bidang pekerjaan yang digelutinya maupun tidak.

2.4 Kajian Konseptual

2.4.1 Definisi Konsep

Definisi konsep sebuah penelitian adalah satu kesatuan yang didalamnya terdapat karakteristik juga pengertian tentang persoalan yang dirumuskan. Definisi konsep membantu mempermudah penelitian juga ide-ide yang digunakan dalam penelitian. Untuk lebih mudahnya, Singarimbun dan Effendi (2006) menyatakan bahwa definisi konsep membantu memaknai konsep yang digunakan guna memudahkan penggunaannya dalam lapangan. Definisi konsep dalam penelitian ini adalah:

1. Konten Edukasi pada TikTok @Vmuliana merujuk pada aktivitas menonton dan penerimaan tayangan atau terpaan konten edukasi TikTok @Vmuliana dengan frekuensi, durasi, dan perhatian (atensi) tertentu. Serta isi media dari tayangan tersebut. Adapun Indikator terpaan dan isi media konten edukasi TikTok @Vmuliana diantaranya:
 - a. Frekuensi, merupakan rutinitas atau jumlah pengulangan perilaku pengguna menggunakan dan mengkonsumsi isi pesan dari suatu media. Pada penelitian ini frekuensi diukur dari rutinitas, jumlah pengulangan perilaku, dan seberapa sering followers dalam melihat tayangan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok

@Vmuliana dalam kurun waktu tertentu.

- b. Durasi, merupakan berapa lama khalayak menggunakan media, melihat, mengkonsumsi, dan mengikuti isi pesan dari media. Pada penelitian ini durasi diukur dari berapa lama (menit) atau waktu yang dihabiskan followers dalam melihat tayangan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana dalam kurun waktu tertentu.
 - c. Atensi, merupakan tingkat perhatian yang diberikan oleh khalayak dalam menggunakan media, melihat, mengkonsumsi, dan mengikuti isi pesan dari media. Pada penelitian ini atensi diukur dengan perhatian yang diberikan pengguna ketika menonton isi konten media, keinginan pengguna, ketertarikan pengguna, dan kemudahan memahami isi pesan serta daya tarik dari konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana dalam kurun waktu tertentu.
 - d. Isi Media, merupakan penggunaan fitur-fitur yang ada pada aplikasi Instagram untuk menambah daya tarik konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana dalam kurun waktu tertentu. Isi media terdiri dari foto/video menarik, caption dan text untuk menambah daya tarik serta kejelasan pesan pada video tersebut.
2. Pemahaman dalam Pembuatan CV merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai sudut. Indikator pemahaman diantaranya:
- a. Perhatian; Dalam hal ini, seseorang memiliki pertimbangan setelah melihat dan memperhatikan postingan kontet edukasi, dan akan mencari informasi mengenai semua #Tipskerja yang pernah dijelaskan oleh kreator.

- b. Ketertarikan; Timbulnya rasa tertarik setelah memperhatikan edukasi disampaikan oleh kreator.
- c. Keinginan; Berkaitan dengan hasrat ingin menerapkan tips dan trik yang diajarkan oleh seorang kreator.
- d. Keyakinan; Munculnya rasa yakin dari dalam individu yang akan berkaitan dengan proses akhir yakni mengenai pemahaman.

2.4.2 Definisi Operasional

Singarimbun dan Effendi (2006), definisi operasional memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel dalam unsur penelitian. Selain itu, definisi operasional juga merupakan petunjuk bagaimana sebuah variabel penelitian akan diukur. Berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini, maka dikembangkan definisi operasional yang merupakan penjabaran dan pengukuran variabel x dan y serta indikator yang dipilih dalam penelitian ini, seperti berikut ini:

1. Konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmulliana merujuk pada aktivitas menonton dan penerimaan tayangan atau terpaan konten edukasi TikTok @Vmulliana dengan frekuensi, durasi, dan perhatian (atensi) tertentu. Serta isi media dari tayangan tersebut. Serta isi media dari tayangan tersebut.

Adapun indikator yang diukur adalah:

- a. Frekuensi

Merupakan rutinitas atau jumlah pengulangan perilaku pengguna menggunakan, mengkonsumsi, dan mengikuti isi pesan dari suatu media dalam kurun waktu tertentu.

Frekuensi meliputi:

- Seberapa sering seseorang menggunakan media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan aplikasi TikTok.
- Seberapa sering seseorang mendapatkan, melihat, dan mengkonsumsi konten dalam suatu media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmulliana.

- Seberapa sering seseorang mengikuti dan memahami isi pesan dari suatu media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan isi pesan tayangan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana.

b. Durasi

Merupakan berapa lama waktu yang dihabiskan seseorang dalam menggunakan media, mengkonsumsi, melihat, serta mengikuti isi pesan dari media. Pada penelitian ini, durasi meliputi:

- Jumlah waktu yang dihabiskan seseorang setiap kali mengakses dan menggunakan media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan aplikasi TikTok.
- Jumlah waktu seseorang dalam mendapatkan, melihat, dan mengkonsumsi konten dalam suatu media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan berapa lama waktu yang dihabiskan dalam melihat tayangan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana
- Jumlah waktu seseorang setiap kali mengikuti dan memahami isi pesan dari suatu media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan isi pesan tayangan konten konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana.

c. Atensi

Merupakan tingkat perhatian yang diberikan oleh khalayak dalam menggunakan media, mengkonsumsi, melihat, serta mengikuti isi pesan dari media. Pada penelitian ini, atensi meliputi:

- Perhatian yang diberikan seseorang dalam menyimak suatu konten video dengan melakukan aktivitas lainnya. Dalam penelitian ini berkaitan dengan tayangan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana.

- Ketertarikan seseorang dengan suatu konten media atau daya tarik dari konten tersebut. Dalam penelitian ini berkaitan dengan ketertarikan terhadap tayangan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana.
- Keinginan seseorang untuk melihat, memahami isi, dan menyimak konten media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan keinginan dan kemudahan memahami isi pesan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana.

d. Isi Media

Merupakan penggunaan fitur-fitur yang ada pada aplikasi TikTok untuk menambah daya tarik konten edukasi. Pada penelitian ini, isi media meliputi:

- Foto/video yang disisipkan dalam konten edukasi #Tipskerja memberikan kesan menarik serta menambah wawasan dalam video konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana
- Caption dan Text yang memberikan kejelasan pada konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana dengan kalimat-kalimat yang jelas dan mudah dipahami.

2. Pemahaman dalam Pembuatan CV

Pemahaman (*comprehension*) adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai sudut.

Indikator pemahaman dalam pembuatan CV diantaranya:

1. Perhatian

Dalam hal ini, konsumen memiliki pertimbangan setelah melihat dan memperhatikan postingan kontet edukasi, dan akan mencari informasi mengenai semua #Tipskerja yang pernah dijelaskan oleh kreator. Pada penelitian ini meliputi:

- Penampilan Vina Muliana mampu menarik perhatian.

- Konsep video Vina Muliana menarik perhatian karena memberikan informasi dan edukasi.
- Vina Muliana dinilai cukup populer sebagai kreator di TikTok.
- Penyampaian Vina Muliana pada edukasi tipskerja cukup jelas dan mudah dipahami.

b. Ketertarikan

Timbulnya rasa tertarik setelah memperhatikan edukasi tipskerja yang disampaikan oleh kreator. Pada penelitian ini meliputi:

- Gaya bahasa yang digunakan dalam konten tipskerja dibuat serupa dengan edukasi dan disisipi dengan kuis beserta game.
- Penilaian terhadap edukasi berupa tipskerja oleh Vina Muliana sebagai kreator.
- Informasi yang diberikan mengenai edukasi tipskerja menimbulkan perasaan tertarik untuk menerapkannya.

c. Keinginan

Berkaitan dengan hasrat ingin menerapkan dan menentukan suatu Tindakan yang telah dijelaskan atau dibagikan oleh seorang kreator. Pada penelitian ini meliputi:

- Keinginan menerapkan tipskerja setelah melihat edukasi tipskerja Vina Muliana.
- Keinginan untuk terus melihat edukasi tipskerja Vina Muliana karena bermanfaat dan sangat mengedukasi.

d. Keyakinan

Munculnya rasa yakin dari dalam individu yang akan berkaitan dengan proses akhir. Pada penelitian ini meliputi:

- Respon pemahaman mengenai CV setelah melihat edukasi tipskerja Vina Muliana.
- Keputusan merefrensikan edukasi tips kerja setelah melihat konten edukasi tipskerja Vina Muliana.

Tabel 2.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sub Indikator	Skala
Konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmulliana	merujuk pada aktivitas menonton dan penerimaan tayangan atau terpaan konten edukasi TikTok @Vmulliana dengan frekuensi, durasi, dan perhatian (atensi) tertentu. Serta isi media dari tayangan tersebut.	1. Frekuensi	<ul style="list-style-type: none"> Seberapa sering seseorang menggunakan media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan aplikasi TikTok. Seberapa sering seseorang mendapatkan, melihat, dan mengkonsumsi konten dalam suatu media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmulliana. Seberapa sering seseorang mengikuti dan memahami isi pesan dari suatu media dalam kurun waktu tertentu. Dalam penelitian ini berkaitan dengan isi pesan tayangan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmulliana. 	Likert
		2. Durasi	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah waktu yang dihabiskan seseorang setiap kali mengakses dan menggunakan media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan aplikasi TikTok. Jumlah waktu seseorang dalam mendapatkan, melihat, dan mengkonsumsi 	Likert

			<p>konten dalam suatu media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan berapa lama waktu yang dihabiskan dalam melihat tayangan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah waktu seseorang setiap kali mengikuti dan memahami isi pesan dari suatu media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan isi pesan tayangan konten konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana. 	
		3. Atensi	<ul style="list-style-type: none"> • Perhatian yang diberikan seseorang dalam menyimak suatu konten video dengan melakukan aktivitas lainnya. Dalam penelitian ini berkaitan dengan tayangan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana. • Ketertarikan seseorang dengan suatu konten media atau daya tarik dari konten tersebut. Dalam penelitian ini berkaitan dengan ketertarikan terhadap tayangan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana. • Keinginan seseorang untuk melihat, memahami isi, dan 	Likert

			menyimak konten media. Dalam penelitian ini berkaitan dengan keinginan dan kemudahan dalam memahami isi pesan konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok Vmuliana.	
		4. Isi Media	<ul style="list-style-type: none"> • Foto/video yang disisipkan dalam konten edukasi #Tipskerja memberikan kesan menarik serta menambah wawasan dalam video konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana • Caption dan Text yang memberikan kejelasan pada konten edukasi (#Tipskerja) pada TikTok @Vmuliana dengan kalimat-kalimat yang jelas dan mudah dipahami. 	Likert
Pemahaman dalam Pembuatan <i>Curriculum Vitae</i>	Pemahaman (<i>comprehension</i>) adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai sudut.	1. Perhatian	<ul style="list-style-type: none"> • Penampilan Vina Muliana mampu menarik perhatian. • Konsep video Vina Muliana menarik perhatian karena memberikan informasi dan edukasi • Vina Muliana dinilai cukup populer sebagai kreator di TikTok. • Penyampaian Vina Muliana pada edukasi tipskerja cukup jelas dan mudah dipahami. 	Likert
		2. Ketertarikan	<ul style="list-style-type: none"> • Gaya bahasa yang digunakan dalam 	Likert

			<p>konten tipskerja dibuat serupa dengan edukasi dan disisipi dengan kuis beserta game.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penilaian terhadap edukasi berupa tipskerja oleh Vina Muliana sebagai kreator. • Informasi yang diberikan mengenai edukasi tipskerja menimbulkan perasaan tertarik untuk menerapkannya. 	
		3. Keinginan	<ul style="list-style-type: none"> • Keinginan menerapkan tipskerja setelah melihat edukasi tipskerja Vina Muliana. • Keinginan untuk terus melihat edukasi tipskerja Vina Muliana karena bermanfaat dan sangat mengedukasi. 	Likert
		4. Keyakinan	<ul style="list-style-type: none"> • Respon keputusan untuk menentukan karir setelah melihat edukasi tipskerja Vina Muliana. • Keputusan merefrensikan edukasi tips kerja setelah melihat konten edukasi tipskerja Vina Muliana. 	Likert

Sumber: Data Diolah, (2022)

III. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif menurut Sugiyono (2017) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Menurut Sugiyono (2017) “metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eskperimen).” Sedangkan menurut Bailey (dalam Islamy, 2019) menyatakan bahwa metode *survey* merupakan satu metode penelitian dimana teknik pengambilan datanya dilakukan melalui pertanyaan tertulis atau lisan.

Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian *survey* merupakan suatu metode yang mana dalam pengambilan datanya didapat dari sampel berupa orang yang mewakili suatu populasi tertentu dengan menggunakan kuesioner atau wawancara sesuai dengan kepentingan penelitian. Baik hal tersebut untuk mengetahui siapa mereka, apa yang mereka rasakan, dan bahkan kecenderungan suatu tindakan.

Metode survey dalam penelitian ini dilakukan pada *followers* akun TikTok @Vmuliana dengan minimal 3 bulan sudah mengikuti akun tersebut dan sudah pernah melihat konten video #TipsKerja pada akun tersebut. Metode ini dilakukan dengan cara peneliti membagikan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok kepada para responden yang memenuhi persyaratan penelitian dan responden mengisi kuesioner sesuai keadaan mereka.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel adalah simbol/lambang yang padanya kita letakkan bilangan atau nilai. Adapun variabel dari penelitian ini adalah:

- Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai variable stimulus, prediktor, antecedent. Menurut Sugiyono (2017) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat. Biasanya variabel bebas ini ditandai dengan simbol X. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah konten video #TipsKerja pada akun @Vmuliana.

- Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Menurut Sugiyono (2017) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Biasanya variabel bebas ini ditandai dengan symbol Y. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah pemahaman dalam pembuatan CV atau *curriculum vitae*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu metode kuisisioner atau pembagian angket mengenai pengaruh video #tipskerja terhadap pemahaman dalam pembuatan CV mahasiswa dan studi pustaka (*library search*) dengan penelaahan literatur baik internet maupun buku-buku, arsip,

catatan, hingga laporan yang berhubungan atau relevan dengan masalah penelitian (Sugiyono, 2016)

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

a) Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan jumlah objek yang diamati (Kriyantono, 2014). Populasi yang akan dipilih peneliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa tingkat akhir di Universitas Lampung terutama pada mahasiswa dan alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 sampai dengan 2018 dengan jumlah mahasiswa sebanyak 1.250 orang.

b) Sampel

Sampel penelitian merupakan sebagian jumlah dari keseluruhan objek yang diamati (Kriyantono, 2014). Jenis sampel penelitian ini adalah sampel *non* probabilitas, karena ada pertimbangan-pertimbangan tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sehingga anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel (Kriyantono, 2014). Maka dengan ini peneliti menentukan kriteria sebagai berikut:

1. Mengetahui dan mengikuti akun TikTok Vina Muliana.
2. Mengetahui dan pernah melihat konten #Tipskerja akun TikTok Vina Muliana.
3. Mahasiswa Universitas Lampung Fakultas Ilmu Sosial dan Politik angkatan 2017 – 2018.

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin karena rumus ini dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang mana jumlah populasinya diketahui (Kriyantono, 2014). Biasanya tingkat akurasi yang digunakan dalam penelitian adalah 90%, 95% atau 99%, namun persentase kelonggaran ketidaktelitian (*margin of error*) dapat ditentukan berdasarkan keputusan peneliti. Pada penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan *margin of error* sebesar 10% atau tingkat akurasi penelitian sebesar 90%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel yang dicari

N : Sampel 1.250 (Mahasiswa dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Angkatan 2017 dan 2018)

e : Persentase kelonggaran ketidaktelitian (10%)

$$n = \frac{1.250}{1 + 1.250 \times 10\%^2}$$

$$n = \frac{1.250}{1 + 1.250 \times 0,01}$$

$$n = \frac{1.250}{1 + 12,5}$$

$$n = \frac{1.250}{13,5}$$

$$n = 92,59$$

Hasil n dari rumus yang didapatkan adalah 92,59 sehingga pada penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang optimal dan mempermudah penelitian, maka peneliti mengambil data dari sampel sebanyak 100 mahasiswa dan alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 dan 2018.

3.6 Teknik Pengujian Instrumen

Penelitian ini menjelaskan korelasi antara variabel motif menonton dengan variabel kepuasan menonton. Skala yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert digunakan ketika peneliti ingin mengukur sikap seseorang terhadap suatu objek tertentu. Poin utama dalam membuat pernyataan atau pertanyaan yang akan diajukan kepada responden berasal dari indikator masing-masing variabel. Setiap pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner dihubungkan dengan pilihan sangat setuju (SS), setuju (S), netral/ragu-ragu (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS) (Kriyantono, 2014).

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan untuk menyatakan sejauh mana instrumen penelitian mengukur variabel penelitian dan kesesuaian antara alat ukur penelitian dengan sifat objek yang diteliti (Kriyantono, 2014). Menurut Sugiyono (2015) untuk menguji validitas instrumen menggunakan analisis faktor, dengan cara mengorelasikan antara skor item instrumen dalam satu faktor, dan mengorelasikan skor faktor dengan skor total. Adapun kriteria yang harus dipenuhi untuk menilai validitas instrumen tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid

Rumus korelasi *Pearson Product Moment* (Sugiyono, 2007)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

Rxy: Koefisien korelasi antara x dan y rxy

X : Skor item

N : Jumlah Subjek

Y : Skor total

3.6.2 Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode pengujian yang berguna untuk melihat apakah alat ukur variabel dapat dipercaya. Alat ukur penelitian dikatakan reliabel apabila hasil dari pengukurannya relatif konsisten bila digunakan secara berulang kali oleh peneliti (Kriyantono, 2014). Data dapat dikatakan memiliki konsistensi yang baik (reliabel) apabila hasil *Cronbach Alpha* Koefisien pada uji SPSS menunjukkan angka $>$ 0,70 (Suryani & Hendryadi, 2016).

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

3.7 Teknik Analisis Data

Analisa data merupakan bagian yang sangat penting dalam sebuah penelitian untuk memberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Dalam penelitian ini data dianalisis dengan menggunakan rumus regresi linier, gunanya untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel x dengan variabel y.

Adapun rumus regresi linier sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Keterangan:

Y = Konten Video #Tipskerja

a = Konstanta

$\beta_{1,2,3,4}$ = Kofisien regresi dari $X_{1,2,3,4}$

X_1 = Frekuesni

X_2 = Durasi

X_3 = Atensi

X_4 = Isi Media

3.8 Pengujian Hipotesis

Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji t atau t-test digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t, yaitu membandingkan antara t hitung dengan t table. Pengujian ini dilakukan dengan syarat sebagai berikut:

- a) Bila nilai t hitung > (lebih besar dari) t tabel dapat dipastikan variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).
- b) Bila nilai t hitung < (kurang dari) t tabel maka variabel dependen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS:

- a) Jika nilai Sig. < 0,05 maka H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh antara variable independent terhadap variable dependen.

- b) Jika nilai Sig. > 0.05 maka H_a ditolak yang artinya tidak ada pengaruh antara variable independent terhadap variable dependen.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh “Pengaruh Konten Video #Tipskerja Pada Akun @Vmuliana Terhadap Pemahaman dalam Pembuatan *Curriculum Vitae*”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh konten #TipsKerja melalui teori *uses and effect* dengan indikator frekuensi terhadap pemahaman dalam pembuatan *curriculum vittae* (CV).
2. Terdapat pengaruh konten #TipsKerja melalui teori *uses and effect* dengan indikator durasi terhadap pemahaman dalam pembuatan *curriculum vittae* (CV).
3. Terdapat pengaruh konten #TipsKerja melalui teori *uses and effect* dengan indikator atensi terhadap pemahaman dalam pembuatan *curriculum vittae* (CV).
4. Terdapat pengaruh konten #TipsKerja melalui teori *uses and effect* dengan indikator isi media terhadap pemahaman dalam pembuatan *curriculum vittae* (CV).
5. Terdapat pengaruh konten #TipsKerja melalui teori *uses and effect* dengan indikator frekuensi, durasi, atensi, dan isi media terhadap pemahaman dalam pembuatan *curriculum vittae* (CV). Dengan kata lain, konten #TipsKerja akun TikTok Vina Muliana mampu memberikan pemahaman yang baik akan terkait pembuatan *curriculum vittae* (CV) bagi mahasiswa dimana hal ini dibuktikan dari konten yang disajikan akun TikTok Vina Muliana mampu memberikan pemahaman kepada para *followers* atau audiens untuk selalu memperhatikan dan menunggu konten terbaru dari akun tiktok tersebut.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan menarik kesimpulan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Tempat Penelitian

Tempat atau objek penelitian dalam penelitian ini dapat dikatakan cukup kecil sehingga terdapatnya batasan dalam melaksanakan penelitian, bagi peneliti selanjutnya disarankan agar untuk tempat dan objek penelitiannya dapat dilakukan dalam skala yang lebih besar baik itu secara provinsi ataupun seluruh Indonesia.

2. Universitas Lampung Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Bagi universitas dan jurusan dapat lebih memperhatikan mahasiswa dalam membantu pengembangan dan pemilihan karir agar dapat meningkatkan akreditasi jurusan FISIP UNILA.

3. Secara Umum

Bagi mahasiswa harus lebih meningkatkan pemanfaatan media social guna sebagai refrensi untuk dapat berfikir lebih maju terutama dalam hal mencari pekerjaan dimana konten seperti #tipskerja Vina Muliana dapat membantu untuk bagaimana cara mencari dan menyiapkan diri untuk mencari pekerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Elvinaro & Bambang Q. Anees. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Bailey, Carol A. 2007. *A Guide to Qualitative Field Research*. London: Sage Publication
- Burhan, Bungin. 2006. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Burhan, Bungin. 2011. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo.
- Cangara, Hafied. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan Kedua. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Coertse, & Schepers. 2004. *Some Personality and Cognitive Correlates of Career Maturity*. *Journal of industrial Psychology*. Afrikaans University
- Croteau, D., & Hoynes, W. 1997. *Media/society: industries, images, and audiences*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Pine Forge Press.

- Djaali. 2010. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara
- Djamarah, Syaiful Bahri. (2015). Psikologi Belajar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fleur, De, Melvin L and Sandra Ball-Rokeach. 1982. *Theories of Mass Communication*. New York: Longnam.
- Getzels dan Taylor. 1976. *Perspectives in Creativity*. Chicago: Aldine.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. 1999. *Methodology Research*. Yoyakarta : Yayasan Penerbit Fakultas Psikolog UGM.
- Haryanto, Dany, Ariani, Dan Niken.. 2010. Pembelajaran Multimedia di Sekolah. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Hovland, Carl I., Irving K. Janis, dan Harold H., Kelley. 1953. *Communication and Persuasion, New Haven, CT: Yale University Press*.
- Hurlock, E.B. 1999. Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Alih bahasa: Istiwidayati & Soedjarwo. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Kadir, Abdul. 2003. Pengenalan Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi Offset
- Kaplan, Andres dan Michael Haelin, 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media, Business Horizons*.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Manrihu, Mohammad Thayeb. 1992. Pengantar Bimbingan dan Konseling Karier. Jakarta: Bumi Aksara.

- McQuail, Denis. 1997. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Dennis. 2011. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika
- Morissan, A., M., dkk. (2012). Metode Penelitian Survei. Jakarta: Kencana.
- Muhammedi. 2017. Psikologi Belajar. Medan: Larisapa Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nazir, M. 2003. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rogers, Everett M., D. Lawrence Kincaid. 1981. *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2004. Teori Komunikasi. Universitas Terbuka: Jakarta.
- Severin, J dan Tankard. 2008. Teori Komunikasi. Jakarta: Kencana Media Pressindo.
- Slameto. 2016. Belajar dan Faktor – Faktor yang Mempengaruhi. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sutrisno, E. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana.
- Sven, Windahl, Mc Quail, dan Rachmad. 1981. *Communication Models for The Study of mass Communications*. New York: Longman Inc.

Jurnal dan Skripsi:

- Ainun, R. S. (2021). Hubungan Antara Motif terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi LinkedIn sebagai Media Pencari Kerja.
- Artika, M. Y. (2019). Membina Eksplorasi Karir Pada Siswa Sekolah Dasar (SD) Melalui Intervensi Pengembangan Karier di Abad 21.
- Artika, W., Andayani, D., Nur, Y. I. M., & Yulisman, H. (2019). *Analysis of Student Learning Experiences: Differences in Abilities and Perceptions towards Research Methodology*. Jurnal Biologi Edukasi, 11(2), 9-15.
- Efendi, Rama Ramadhan, dan Anne Maryani. 2021. Pengaruh Media Komunikasi Besoksenin.Co Terhadap Perilaku Membaca Masyarakat Kabupaten Majalengka. Prosiding Manajemen Komunikasi Vol 7, No 2.
- Jatmika, D., & Linda, L. (2017). Gambaran kematangan karir pada mahasiswa tingkat akhir. *Psibernetika*, 8(2).
- Kunandar.2014. Penilaian Autentik (Penilaian Hasil Belajar Peserta Didik Berdasarkan Kurikulum 2013). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kurniasih, C., Zukeyka, A., Sari, Y. N., Ghiffari, M. A. N., & Bhakti, C. P. (2020, December). Analisis Kebutuhan *Career Exploration di Era New Normal*. In Seminar Nasional Daring IIBKIN 2020 (pp. 61-66).
- Massie, A. (2020). Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (*The Presence of TikTok in the Pandemic*).
- Pinasti, Woro. 2011. Pengaruh *Self-Efficacy*, *Locus Of Control*, dan Faktor Demografis Terhadap Kematangan Karir Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Putra, H. M. M., & Fahamsyah, M. H. (2021). Penerapan Platform Media Sosial LinkedIn Sebagai Alat Rekrutmen. *Jurnal Investasi*, 7(4), 15-24.
- Rudiansyah, Yunifan, Ardini, dan Lilis. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Karir Menjadi Akuntan Publik. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* Vol. 6 No. 9 Hal. 1-22
- Sejari, Richa. 2016. Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja Dan Nilai Sosial Terhadap Minar Mahasiswa Akuntansi Dalam Memilih Karir Sebagai Akuntan Publik. *Jom Fekon* Vol. 3 No. 1 hal. 133-147
- Senjari, R., Hasan, A., & Sofyan, A. (2016). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja Dan Nilai Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Memilih Karir Sebagai Akuntan Publik (Doctoral dissertation, Riau University).
- Shirky. 2008. Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media Terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif Pada Siswa Kelas XI Jasa Boga Di SMK N 3 Klaten. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*, Yogyakarta.
- Suyanto, Devi Anggraeni, Ratnaningrum Zusyana D., dan M. I. Asyarin Hayau Lailin. 2021. Pengaruh Konten Channel Youtube Nihongo Manttputerhadap Pemilihan Karir Generasi Z (Studi Pada Sma Negeri 1 Bangsal).
- Winoto. 2015. Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (*Source Of Credibility*) Dalam Penelitian-Penelitian Layanan Perpustakaan. Volume 2, No. 5.
- Yang, Y., & Zilberg, I. E. (2020). *Understanding Young Adults' TikTok Usage*.

Sumber Lain:

Data Reportal. 2022 April 20. Digital in Indonesia. Diambil dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.

Nadiyah, Putri Ayu. 2022 April 20. Content Creator Vina Mauliana Meraih Best Of Learning and Education di TikTok Awards Indonesia 2021. Diambil dari <https://www.blitsnews.com/showbiz/pr-2592753478/content-creator-vina-mauliana-meraih-best-of-learning-and-education-di-tiktok-awards-indonesia-2021>