

Persepsi Mahasiswa Semester Akhir Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu Mengenai Dunia Kerja Melalui Tiktok @vmuliana

Elvana Melania Hutasoit^{1*}, Dwi Aji Budiman², Andy Makhrian³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu
Jalan WR. Supratman, Kandang Limun, Kec. Muara Bangka Hulu, Bengkulu, Sumatera, 38371, Indonesia
E-mail: *elvanahutasoit17@gmail.com, dabudiman@unib.ac.id andy.unib@unib.ac.id

Received: August 2024; Accepted: September 2024; Published: December 2024

Abstract

This research aims to discuss meaning through in-depth interviews with final semester communication science students at Bengkulu University regarding the world of work through TikTok @vmuliana, the presence of the TikTok @vmuliana account aims to provide solutions to all problems of readiness to enter the world of work. Research using Stuart Hall's reception method from the encoding and decoding model with a dominant position and a negotiation position shows that the intensity of exposure to @vmuliana TikTok content has a significant relationship with students' perceptions of preparing to enter the world of work. The existence of differences in the meaning of informants is influenced by contextual factors for each informant, such as background, social norms and values, and the condition and experience of the informant. This research provides knowledge regarding the role of social media as an information learning tool, especially in preparing students to face the world of work. Researchers collected data through interviews with research subjects, Bengkulu University communication science student class 20 and followers of the @vmuliana account and conducted interviews lasting 5-10 minutes. And through research results, it can be found that students who have good digital literacy are better able to filter and utilize information from social media for their career needs and content that discusses skills, challenges and career tips such as the @vmuliana account really helps students understand reality and improve their readiness to enter the world of work.

Keywords: Perception; Students; The world of work; Tiktok.

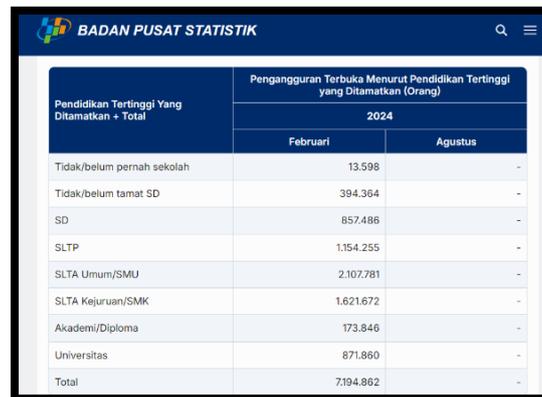
Abstrak

Penelitian ini bertujuan membahas tentang pemaknaan melalui wawancara yang mendalam pada mahasiswa semester akhir ilmu komunikasi Universitas Bengkulu mengenai dunia kerja melalui TikTok @vmuliana, yang hadirnya akun TikTok @vmuliana ini bertujuan memberikan solusi dari segala permasalahan kesiapan memasuki dunia kerja. Penelitian menggunakan metode resepsi Stuart Hall dari model encoding dan decoding dengan posisi dominan dan posisi negosiasi yang menunjukkan bahwa intensitas paparan konten TikTok @vmuliana memiliki hubungan yang signifikan dengan persepsi mahasiswa dalam mempersiapkan memasuki dunia kerja. Adanya perbedaan pemaknaan informan dipengaruhi oleh faktor kontekstual setiap informan, seperti latar belakang, norma dan nilai sosial, dan kondisi serta pengalaman informan. Penelitian ini memberikan pengetahuan terkait peran media sosial sebagai alat pembelajaran informan, khususnya dalam mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja. Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara kepada subjek penelitian dengan kriteria mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Bengkulu angkatan 20 dan merupakan followers akun @vmuliana dan melakukan wawancara dengan durasi 5-10 menit. Dan melalui hasil penelitian, dapat menemukan bahwa mahasiswa yang memiliki literasi digital yang baik lebih mampu menyaring dan memanfaatkan informasi dari media sosial untuk keperluan karier mereka dan konten yang membahas keterampilan, tantangan, dan tips karier seperti akun @vmuliana sangat membantu mahasiswa memahami realitas dan meningkatkan kesiapan mereka dalam memasuki dunia kerja.

Kata Kunci: Persepsi; Mahasiswa; Dunia Kerja; Tiktok.

PENDAHULUAN

Kecemasan dalam memasuki dunia kerja mulai dirasakan setiap mahasiswa semester akhir, karena banyaknya persaingan didunia kerja saat ini dalam mencari pekerjaan (Cahya 2024). Hal ini juga, dikarenakan tersedianya lapangan pekerjaan tidak sebanding dengan jumlah peningkatan sarjana setiap tahunnya dari seluruh universitas di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran sarjana atau lulusan universitas pada februari 2024 sebanyak 817 ribu orang dari total pengangguran yang mencapai 7,1 juta orang (Statistik 2024).



| Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan - Total | Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan (Orang) | |
|--|---|---------|
| | 2024 | |
| | Februari | Agustus |
| Tidak/belum pernah sekolah | 13.598 | - |
| Tidak/belum tamat SD | 394.364 | - |
| SD | 857.486 | - |
| SLTP | 1.154.255 | - |
| SLTA Umum/SMU | 2.107.781 | - |
| SLTA Kejuruan/SMK | 1.621.672 | - |
| Akademi/Diploma | 173.846 | - |
| Universitas | 871.860 | - |
| Total | 7.194.882 | - |

Gambar 1. Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan Orang

Sumber : (Badan Pusat Statistik 2024)

Mendapatkan pekerjaan menjadi semakin sulit setelah pandemi, karena lapangan kerja semakin menyusut. Hal ini membuat para lulusan baru kesulitan dalam mencari pekerjaan (Sinamo 2023). Pengangguran di dunia kerja selalu meningkat setiap tahunnya, terutama pengangguran karena kurangnya keterampilan kerja (Disnaker 2019). Para calon sarjana diharapkan lebih inovatif, kreatif, terampil, memiliki etos kerja yang baik, dan memiliki semangat kerja yang tinggi. Tidak hanya para pencari kerja yang memiliki tingkat pendidikan rendah, pihak-pihak yang telah lulus sarjana juga sering merasa ragu untuk masuk kedalam dunia kerja yang banyak tantangan saat ini (Pasaribu 2021). Salah satu cara untuk mengatasi masalah ini adalah melalui media sosial dimana dengan menyebarkan informasi pencarian kerja secara luas dan cepat (Nisa dan Budiarti 2020). Aksebilitasnya media sosial, informasi tersebut dapat diakses oleh siapa saja dan informasi yang dibagikan pun sangat cepat menyebar dibandingkan media konvensional. Selain itu, individu yang menggunakan media sosial dapat dengan mudah berbagi informasi dengan orang lain melalui jejaring sosial mereka (Putri 2023). Salah satu media sosial yang banyak pengguna dan banyak dikunjungi oleh masyarakat adalah aplikasi TikTok (Chandra 2023). TikTok adalah media sosial yang menampilkan *live streaming* dan video pendek yang menghibur (Fathiyah 2023). Meskipun baru hadir di Indonesia pada akhir 2016, Tik Tok tidak kalah dengan platform media sosial yang sudah tersedia (Visibility et al 2022).

Berdasarkan Data Indonesia.id, Indonesia merupakan negara yang memiliki 127,7 juta pengguna aktif TikTok (Rizaty 2024). Jumlah penggunanya mengalami kenaikan pada saat Covid-19. TikTok kini digunakan oleh para *content creator* ataupun penggunanya sebagai sarana untuk memperluas jaringan sosial, hiburan yang menarik, dan platform ekspresi diri. Selain daripada itu, berdasarkan hasil survey App Annie app user behavior analysis (Ginee

2021), pengguna TikTok di Indonesia sebesar 40% dengan rata-rata usia 18-24 tahun. Sedangkan pada usia 25-34 tahun, 37% diantaranya juga masih mengakses TikTok. Dengan demikian, ada 76% orang Indonesia berusia 18-34 tahun menggunakan TikTok (Ummah 2019). Jumlah penggunaannya mengalami kenaikan pada saat Covid-19. TikTok kini digunakan oleh para *content creator* ataupun penggunanya sebagai sarana untuk memperluas jaringan sosial, hiburan yang menarik, dan platform ekspresi diri (Deriyanto et al 2019).

Seorang *content creator* yang populer di kategori karir dengan fokus pada tips melamar pekerjaan dan personal adalah Vina Muliana (Ningtyas 2023). Di TikTok Vina juga terdapat beberapa highlight yang mempermudah pengguna TikTok untuk mencari sesuai keinginannya seperti Contekan Template, Kerja Remote, Ngelamar kerja SMA/SMK, Tutorial LinkedIn, Tips Bikin CV, Vinu tanya Vina, Contekan *Interview*, *Interview* BUMN Bahasa Inggris, Nulis CV macam-macam profesi Serba Serbi Magang dan Bantu Review CV (Umam 2023). Vina Muliana juga mulai kebanjiran kontrak dengan berbagai media, termasuk Forbes Indonesia yang kemudian mencantumkan namanya ke dalam Forbes 30 Under 30 Indonesia untuk bidang *Media, Marketing and Adverting* (Bahar 2022). Namun di sisi lain, dalam akun TikTok Vina Mauliana terdapat beberapa persepsi negatif terhadap akun @vmuliana (Studi et al 2022). Salah satu contoh persepsi negatif adalah ketika Vina Mauliana dituding “masuk BUMN Jalur Orang Dalam” dan menimbulkan banyak komentar negatif, yang menyebabkan timbulnya berbagai persepsi terhadap berita tersebut (Anggraeni 2023). Dan perpsesi positifnya adalah Vina Muliana sukses bagikan konten tips berkarier di tiktok dan juga ia mengajak kepada para content creator lain untuk turut aktif memberikan manfaat ke lebih banyak orang dan berharap platform TikTok di Indonesia bisa dipenuhi para content creator yang mampu menyajikan konten positif, inspiratif, dan bermanfaat (Subari 2023).

Dari penjelasan diatas, dapat dilihat bahwa relevansi media sosial sebagai sumber informasi karier mahasiswa semester akhir, yang dimana seringkali mahasiswa semester akhir menghadapi tantangan dalam memahami ekspektasi dunia kerja. Penelitian ini penting untuk mengidentifikasi cara baru, seperti penggunaan media sosial yaitu Tiktok, yang dapat membantu dan sebagai alat komunikasi strategis untuk edukasi mereka mempersiapkan diri secara lebih baik masuk dunia kerja. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa semester akhir Ilmu Komunikasi memandang dunia kerja, khususnya dalam konteks informasi dan motivasi yang mereka dapatkan melalui konten TikTok yang disajikan oleh akun @vmuliana. Dan juga penelitian ini menganalisis relevansi konten @vmuliana dengan kebutuhan mahasiswa, melalui akun TikTok Vina Muliana yang menjadi objek penelitian berperan sebagai sumber informasi bagi mahasiswa dimana ingin mengukur apakah konten yang disajikan sesuai dengan kebutuhan informasi mahasiswa tentang dunia kerja.

TINJAUAN LITERATUR

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori analisis resepsi dengan model encoding-decoding Stuart Hall. Analisis resepsi merupakan langkah standar untuk menilai respons khalayak terhadap media, di mana pemilik bisnis khalayak memberikan wawasan tentang tanggapan mereka terhadap media (teks, elektronik, dan internet) dengan memahami bagaimana khalayak menggambarkan karakter media (Clarisa et al 2024). Partisipasi khalayak aktif dalam memberikan umpan balik pada teks media, model komunikasi ini dapat dilihat melalui model komunikasi encoding dan decoding Stuart Hall. Menurut Stuart Hall, resepsi atau pemaknaan khalayak dalam sebuah karya tulis pesan atau teks media merupakan adaptasi

dari konsep encoding-decoding. Stuart Hall mengembangkan encoding-decoding yang pada dasarnya menyatakan makna encoding oleh pengirim dan diterjemahkan decoding secara berbeda oleh penerima (Putra 2022). Artinya, pengirim mengkodekan makna pesan sesuai dengan persepsi dan tujuannya. Oleh karena itu, dengan menerapkan teori ini, dapat mengetahui apakah hal tersebut disetujui atau tidak disetujui atau kita negosiasikan dengan apa yang dilihat dari konten – konten akun TikTok Vina Muliana. Ingin melihat persepsi para followers yaitu mahasiswa semester akhir ilmu komunikasi mengenai kecemasan dalam memasuki dunia kerja dan bagaimana peran media akun TikTok @vmuliana dapat meredam kecemasan mereka dalam menghadapi dunia kerja nanti.

METODE PENELITIAN

Teori Analisis Resepsi Stuart Hall

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis resepsi Stuart Hall dari model encoding dan decoding dengan posisi dominan dan posisi negosiasi yang melihat intensitas paparan konten TikTok @vmuliana memiliki hubungan yang signifikan dengan persepsi mahasiswa dalam mempersiapkan memasuki dunia kerja. Adanya perbedaan pemaknaan informan dipengaruhi oleh faktor kontekstual setiap informan, seperti latar belakang, norma dan nilai sosial, dan kondisi serta pengalaman informan (Sudarta, 2022). Metode kualitatif menganalisis fenomena-fenomena yang berkaitan dengan pokok bahasan penelitian, seperti persepsi, motivasi, perilaku, dan fenomena lainnya, secara komprehensif dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan berbagai teknik pendekatan (Ririn, 2020). Subjek penelitian ini ialah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2020 dan menjadi followers akun TikTok @vmuliana. Dimulainya penelitian ini pada bulan oktober – november 2024. Penelitian ini diadakan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan kelima informan secara offline maupun online (Bailussy, 2020). Penelitian ini terdiri dari empat langkah teknik analisis data : pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi. Data yang menjadi hasil kesimpulan harus akurat dan induktif (khusus ke umum) (Putri et al, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang diuraikan dalam penelitian (Uljanatunnisa 2023), informan berperan aktif untuk memberikan pemaknaannya terhadap konten *career preparation* tersebut sesuai kebutuhan dan latar belakang masing-masing khalayak. Dalam hal ini, dapat disimpulkan para mahasiswa yang menjadi informan penelitian menerima konten @vmuliana sebagai bahan referensi pembelajaran menarik bagi mereka untuk memperoleh informasi *career preparation* untuk bekal di masa depan berdasarkan kebutuhan informasi setiap individu. Peneliti melakukan analisis tekstual media pada objek penelitian dalam konten akun Tiktok @vmuliana melalui pemaknaan encoding dan decoding dalam menyampaikan pesan mengenai cara-cara yang dapat dilakukan mahasiswa semester akhir dalam mempersiapkan memasuki dunia kerja. Pemaknaan khalayak terjadi pada tahap encoding dan decoding yang dilatarbelakangi oleh adanya latar belakang setiap informan yang membentuk ragam pemaknaan khalayak akan objek penelitian. Sebagian besar informan, memahami konten akun @vmuliana sebagai pembekalan karier individu dalam menyadari peminatan diri, meningkatkan kemampuan, dan pengetahuan apa saja yang diperlukan layaknya memahami cara membuat CV yang tepat dan mempraktikkan proses interview dalam upaya mengefisiensikan usaha dan waktu agar tidak

kesulitan saat mencari pekerjaan. Dengan begitu, persiapan yang matang dalam meamsuki dunia kerja sangatlah penting untuk dapat membantu mahasiswa menata kehidupan karier yang lebih baik sejak saat kuliah. Berikut terdapat data para informan yang terlibat dalam penelitian ini, diantaranya:

Tabel 1. Data Informan Penelitian

| Nama | Jurusan |
|----------------------------|----------------------|
| Ofel Angelina (OA) | Ilmu Komunikasi 2020 |
| Putri Amelia (PA) | Ilmu Komunikasi 2020 |
| Wulan Rahmani (WR) | Ilmu Komunikasi 2020 |
| Yoga Ramadan (YR) | Ilmu Komunikasi 2020 |
| Hafiza Restungningrum (HR) | Ilmu Komunikasi 2020 |

Sumber. Diolah oleh penulis 2024

Menurut kelima informan, konten tips career preparation konsisten diunggah oleh Vina dalam akunTikTok-nya yang memang diperuntukan untuk mengedukasi para mahasiswa dengan merujuk pada permasalahan atau pertanyaan yang biasa dialami mereka terkait dunia kerja dengan memanfaatkan media sosial TikTok dalam mendukung pembelajaran sesuai dengan karakter mahasiswa semester akhir. Sebagai seorang content creator, Vina mampu beradaptasi terhadap perkembangan media untuk menjangkau generasi muda dengan menggunakan media sosial TikTok untuk menyampaikan informasi karier secara massif. Sebagaimana riset yang ditunjukkan bahwa gen Z hanya bisa berkonsentrasi dalam menonton tayangan dengan waktu singkat, yakni sekitar 8 detik awal saja (Kamaliah 2019), sehingga konten edukasi di TikTok Vina dikemas ringan agar penonton tidak merasa bosan saat mengkonsumsi tayangan edukasi sesuai kebutuhan.

Adapun terdapat tiga kategori yang menjadi ringkasan peneliti dari hasil resepsi atau pemaknaan yang didapat dengan kelima informan terkait konten edukasi pada akun TikTok @vmuliana terhadap kebutuhan informasi akan persiapan memasuki dunia kerja, yaitu sebagai berikut:

Posisi Hegemoni Dominan

Pada posisi ini, informan menerima dan menyetujui secara penuh informasi yang disampaikan oleh produsen pesan dan menjadikan akun TikTok @vmuliana sebagai sumber kebutuhan informasinya akan dunia kerja. Pemaknaan informan pada posisi Dominan memiliki sudut pandang yang sama dengan Vina dan Informasi tersebut sudah memenuhi kebutuhan informasinya secara penuh melalui tipsnya yang relevan karena diangkat dari realita permasalahan karier serta menerapkannya dalam kehidupan informan sebagai mahasiswa untuk membangun kariernya.

“sangat suka dengan konten vina itu karena suka memberikan tips wawancara, interview, tips masuk instansi-intansi tertentu dan juga berguna untuk mahasiswa semester akhir jadi belajar interview disaat mau daftar magang kemarin juga memberikan pengetahuan yang baru sehingga sejalan dengan konten Vina dia dan sejauh ini lebih banyak menerima informasi yang disampaikan Vina untuk diterapkan.”
(Wulan Rahmani, wawancara, 4 november 2024)

“konten Vina sudah sering muncul dan juga jumlah pengikutnya tinggi, darisana percaya terhadap konten Vina karena juga sesuai dengan bidang dan pengalaman Vina sebagai HRD. Selain itu, terdapat konten Vina yang ramai para pencari kerja meminta bantuan Vina untuk memperbaiki CV mereka dan itu sangat membantu dan sejalan dengan informasi yang disampaikan oleh Vina di berbagai kontennya.” (**Yoga Ramadhan, wawancara, 04 november 2024**)

“Dalam menyampaikan informasi disetiap kontennya Vina menyampaikan pesan dengan cara yang tidak hanya informatif saja, tapi juga menyentuh emosi penontonnya sehingga informasi mudah dicerna dan bahasanya juga santai.” (**Hafiza Restuningrum, wawancara, 05 november 2024**)

Berdasarkan hasil wawancara dari pemaparan informan WR, YR dan HR yang dikategorikan pada posisi Dominan, mereka menyetujui seluruh informasi yang disampaikan Vina karena (1) Keselarasan dengan nilai atau pengalaman pribadi dimana konten akun Tiktok @vmuliana memberikan pemahaman khusus tentang permasalahan dunia kerja yang dibutuhkan mahasiswa melalui tips-tips berkarier yang dikemas dalam konten terkait tips membuat CV, persiapan *interview*, maupun tips serba serbi magang; (2) Kepercayaan terhadap kredibilitas sumber, informan memandang Vina sebagai sosok yang kredibel atau otoritatif dalam bidang yang dibahas karena pengalaman pribadi Vina yang dibagikan di konten dan jumlah pengikut dan interaksi yang tinggi, yang sering kali dianggap sebagai indikator kepercayaan publik. (3) Kekuatan narasi yang dibangun oleh Vina mungkin disampaikan dengan cara yang persuasif, emosional, atau inspiratif, sehingga memperkuat penerimaan pesan. Penggunaan gaya bahasa yang santai, visual menarik, dan interaksi aktif dengan audiens dapat meningkatkan rasa kedekatan.

Posisi Negosiasi

Posisi Negosiasi berada pada informan yang memahami informasi dari produsen pesan tetapi tidak menyetujui pesan secara penuh adanya pertentangan yang menghasilkan pemaknaan yang berbeda antara informan dengan konten akun Tiktok @vmuliana. Informan juga merasa informasi tersebut tidak cukup memenuhi kebutuhan mereka karena adanya perbedaan kebutuhan informasi khalayak yang berbeda-beda.

“Pesan yang disampaikan sangat relevan dan logis, akan tetapi sangat perlu untuk mempertimbangkan informasi yang disajikan oleh @vmuliana. Setiap konten biasanya dilengkapi dengan penjelasan yang jelas dan praktis, sehingga saya bisa menganalisis dan menerapkannya dalam konteks pribadi saya. Dan juga beberapa konten mengenai networking terasa kurang sesuai dengan pendekatan saya dan juga menyaring informasi dengan mempertimbangkan relevansinya terhadap pengalaman pribadi dan situasi di dunia kerja saat ini.” (**Ofel Angelina, wawancara, 1 november 2024**)

“Ada beberapa konten yang mungkin tidak sepenuhnya cocok dengan pandangan saya, terutama terkait pekerjaan dibidang yang berbeda dengan minat saya. Namun, tetap menghargai perspektif tersebut karena bisa jadi bermanfaat dengan orang lain.” (**Putri Amelia, wawancara, 1 november 2024**).

Berdasarkan hasil wawancara dari pemaparan informan, peneliti mengkonseptualisasikan tiga penyebab informan OA dan PA berada dalam posisi Negosiasi, yakni karena berbicara perihal (1) Beberapa penyesuaian, informan setuju dengan pesan utama yang disampaikan Vina karena pesan tersebut dianggap relevan dan logis secara umum, namun mereka melakukan modifikasi atau penyesuaian terhadap pesan tersebut agar lebih sesuai dengan situasi, nilai, atau kondisi dan pengalaman pribadi informan. (2) Pandangan berbeda, ada beberapa konten pada akun Tiktok @vmuliana yang tidak cocok dengan pandangan informan, terutama terkait pekerjaan dibidang yang berbeda dengan minta informan, namun informan tetap menghargai informasi tersebut karena bisa jadi bermanfaat bagi orang lain. (3) Isi konten yang dinegosiasikan, menyetujui sebagian besar informasi tetapi tetap mengadaptasinya berdasarkan konteks sosial dan budaya informan.

Posisi Oposisi

Pada posisi oposisi, informan bertolak belakang dengan konten pada akun TikTok @vmuliana karena memiliki interpretasinya sendiri serta berlawanan dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Pada penelitian ini tidak ditemukan informan yang masuk ke dalam posisi oposisi, sehingga dapat dikatakan tips career preparation tersebut bermanfaat dan relevan meskipun tidak sepenuhnya selaras dengan kebutuhan informasi informan akan informasi dunia kerja.

SIMPULAN

Berdasarkan persepsi mahasiswa selaku followers akun TikTok @vmuliana, peneliti melihat bahwa informan berperan aktif untuk memberikan pemaknaannya terhadap konten career preparation tersebut sesuai kebutuhan dan latar belakang masing-masing khalayak. Dalam hal ini, dapat disimpulkan resepsinya bahwa secara garis besar, para mahasiswa yang menjadi informan penelitian menerima konten @vmuliana sebagai bahan referensi pembelajaran menarik bagi mereka untuk memperoleh informasi career preparation untuk bekal di masa depan berdasarkan kebutuhan informasi setiap individu. Ditemukan 3 informan posisi Dominan dan 2 informan posisi Negosiasi berdasarkan hasil analisis resepsi model encoding-decoding Stuart Hall. Informan posisi Dominan menyetujui informasi pada konten @vmuliana soal keselarasan dengan nilai atau pengalaman pribadi dimana konten akun Tiktok @vmuliana memberikan pemahaman khusus tentang permasalahan dunia kerja yang dibutuhkan mahasiswa melalui tips-tips berkarier yang dikemas dalam konten, kepercayaan terhadap kredibilitas sumber dan kekuatan narasi yang dibangun oleh Vina menjadi interaksi aktif dengan audiens dapat meningkatkan rasa kedekatan. Sementara, pada posisi Negosiasi, pemaknaan informan yang berbeda antara informan dengan konten akun Tiktok @vmuliana dimana mereka memodifikasi informasi dan isi konten dinegosiasikan agar lebih sesuai dengan situasi, nilai, atau kondisi dan pengalaman pribadi informan. Dari penelitian ini, dapat diadakan rencana selanjutnya yaitu melakukan wawancara yang mendalam untuk mendapatkan insight yang lebih personal mengenai bagaimana konten dari @vmuliana memengaruhi harapan, kekhawatiran, atau motivasi mahasiswa semester akhir menghadapi dunia kerja.

REFERENSI

- Admin Disnaker. 2019. "Banyaknya Pengangguran Karena Kurangnya Pelatihan Keterampilan Kerja." Disnaker.Bulelengkab.Go.Id. 2019. <https://disnaker.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/banyaknya-pengangguran-karena-kurangnya-pelatihan-keterampilan-kerja-11>.
- Angraeni, Yuliyanti. 2023. "Diisukan Masuk BUMN Lewat Orang Dalam, Vina Muliana Akhirnya Angkat Bicara: Dibantuin?" KILAT. 2023. <https://www.kilat.com/nasional/84410104360/diisukan-masuk-bumn-lewat-orang-dalam-vina-muliana-akhirnya-angkat-bicara-dibantuin>.
- Astuti, Lutfi Dwi Fuji, dan Rizky Fajarani Bahar. 2022. "Yang Bikin Vina Muliana Masuk Daftar Forbes Under 30 Asia." VIVA. 2022. <https://www.viva.co.id/showbiz/gosip/1478995-yang-bikin-vina-muliana-masuk-daftar-forbes-under-30-asia?page=all>.
- Bailussy, Wahyuni, Syaiful Bahry, dan Lisda Ariani Simabur. 2020. "Pola Komunikasi Universitas Dalam Menanggapi Persepsi Mahasiswa Tentang Komunikasi Pegawai Administrasi Universitas Muhammadiyah Maluku Utara." *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 4 (1): 14–24.
- Cahya, Muhammad Alfaridzy. 2024. "Persaingan ketat dalam dunia kerja sehingga banyak orang menganggur di era sekarang." Kompasiana. 2024. https://www.kompasiana.com/13muhammadalfaridzycahya3391/662f907dc57afb225b17cc02/mengapa-lowongan-kerja-membutuhkan-persyaratan-yang-tinggi-namun-tidak-sesuai-dengan-upah-yang-diberi?lgn_method=google&google_btn=onetap.
- Chandra, Yakob Utama. 2023. "Tiktok Sebagai Aplikasi Media Sosial yang Termasuk Banyak Digunakan di Indonesia." Binus University. 2023. <https://sis.binus.ac.id/2023/12/15/tiktok-sebagai-aplikasi-media-sosial-yang-termasuk-banyak-digunakan-di-indonesia/>.
- Clarisa, Regina, Muhammad Satrian Duva Dama, Jalan Telekomunikasi, Terusan Buah Batu, Kec Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, dan Jawa Barat. 2024. "Analisis Resepsi pada Sentimen Publik Hiperrealitas Konsep Narsistik Edi Darmawan Salihin dalam Film Dokumenter 'Ice Cold.'" *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 8:190–206. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i1.4990>.
- Deriyanto, Demmy, Fathul Qorib, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana, dan Tunggadewi Malang. 2019. "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok." *Jisip* 7 (2): 77.
- Fathiyah, Fathiyah. 2023. "TikTok dan Kebebasan Berekspresi Di Ruang Digital Bagi Generasi Z." *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6 (1): 166–77. <https://doi.org/10.35326/medialog.v6i1.4139>.
- Ginee. 2021. "Demografi Pengguna Tiktok." 2021. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>.
- Kamaliah, Aisyah. 2019. "Ini Alasan Video di TikTok Durasinya Pendek." detikinet. 2019.

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4829642/ini-alasan-video-di-tiktok-durasinya-pendek>.

- Mahris, Maghfira Deninda, dan Choirul Umam. 2023. “Pengaruh Konten Kreator @Vmuliana Terhadap Keterampilan Public Speaking Followers Di Tiktok.” *BroadComm* 5 (1): 39–47. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v5i1.249>.
- Ningtyas, Rahma Agusti, Elsa Zafira, dan Reza Zahria. 2023. “Peran Konten Tiktok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karier Remaja Surabaya.” *Prosiding Seminar Nasional*, 533–43.
- Nisa, Khoirun, dan Winih Budiarti. 2020. “Pengaruh Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Indonesia Tahun 2012-2017.” *Seminar Nasional Official Statistics* 2019 (1): 759–68. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2019i1.186>.
- Putra, A P. 2022. “Analisis Resepsi Khalayak atas Pemberitaan Konflik Agama di Media Online (Studi Pemaknaan Khalayak atas Berita Kelompok Ahmadiyah di Tirta. id).” *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 217.
- Putri, Elezka Duwi, Dwi Aji Budiman, Eka Vuspa Sari, Program Studi Jurnalistik, Fakultas Ilmu, Ilmu Politik, dan Universitas Bengkulu. 2023. “Implementasi Fungsi Kontrol dan Perikat Sosial RRI Pro 1 Bengkulu dalam Menjaga Eksistensi NKRI PENDAHULUAN Negara mengungguli negara dalam sumpah pemuda berusia 17 tahun sebelum dekret kemerdekaan , dan generasi muda dari seluruh nusantara telah menyatakan.” *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 2:150–64.
- Putri, Salsabila Maharani, Ninis Agustini Damayani, dan Encang Saepudin. 2023. “Hubungan isi konten akun Tiktok @vmuliana dengan kebutuhan informasi pencarian kerja followers.” *Informatio: Journal of Library and Information Science* 3 (3): 225. <https://doi.org/10.24198/inf.v3i3.44426>.
- Ririn, Handayani &. 2020. “Bab Iii Metode Penelitian.” *Suparyanto dan Rosad (2015* 5 (3): 248–53.
- Rizaty, Monavia Ayu. 2024. “Daftar Negara Pengguna Tiktok Terbesar di Dunia pada April 2024, Indonesia Teratas.” 2024. <https://dataindonesia.id/internet/detail/daftar-negara-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-pada-april-2024-indonesia-teratas>.
- Rizki, Alpiq, dan Mansur Hidayat Pasaribu. 2021. “Meninjau Kegelisahan Mahasiswa Dengan Kondisi Lapangan Pekerjaan Alpiq.” *Journal Pusdikra* 1 (1): 14–22.
- Sinamo Teresia Oktiva Nola Br, dan Nenny Ika Putri Simarmata. 2023. “Pengaruh Dukungan Sosial dengan Adaptabilitas Karier pada Fresh Graduates di Kota Medan.” *Innovative: Journal of Social Science Research* 3 (5): 28–41.
- Statistik, Badan Pusat. 2024. “Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan (Orang), 2024.” 2024. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/Njc0IzI=/pengangguran-terbuka-menurut-pendidikan-tertinggi-yang-ditamatkan.html>.
- Studi, Program, Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah, D A N Komunikasi, Universitas Islam, dan Negeri Sunan. 2022. “DAN MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SURABAYA.”

- Subari, Wisnu Arto. 2023. "Vina Muliana Sukses Bagikan Konten Tips Berkarier di TikTok." *Media Indonesia*. 2023. [https://mediaindonesia.com/hiburan/628855/vina-muliana-sukses-bagikan-konten-tips-berkarier-di-tiktok#:~:text=%22Di bulan pertama saya di,manfaat ke lebih banyak orang.](https://mediaindonesia.com/hiburan/628855/vina-muliana-sukses-bagikan-konten-tips-berkarier-di-tiktok#:~:text=%22Di%20bulan%20pertama%20saya%20di,manfaat%20ke%20lebih%20banyak%20orang.)
- Sudarta. 2022. "Reception analysis Video 'Boring Bokir: Unpad vs Unpar'" 16 (1): 1–23.
- Uljanatunnisa. 2023. "Analisis Resepsi Konten Pada Akun TikTok @vmuliana Terhadap Kebutuhan Informasi Akan Career Preparation." *Medium* 11 (02): 50–63. [https://doi.org/10.25299/medium.2023.vol11\(02\).13503](https://doi.org/10.25299/medium.2023.vol11(02).13503).
- Ummah, Masfi Sya'fiatul. 2019. ""Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang Terhadap Konten Edukasi Skincare Pada Akun Tiktok @drrichardlee." *Sustainability (Switzerland)* 11 (1): 1–14.
- Visibility, Analisis Pengaruh, Guidance Shopping, Social Presence, Streaming Shopping Berrybenka, Tria Swandevi Suandra, dan Universitas Multimedia. 2022. "BAB I," 1–21