

**ANALISIS KONTEN INFORMASI SEPUTAR DUNIA KERJA PADA  
AKUN TIKTOK @VMULIANA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Oleh:**

**SATURA LINA RIYA LESTARI**

**2019230147**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI**

**MALANG**

**2023**

## RINGKASAN

Perkembangan revolusioner dan baru dalam proses globalisasi yang berkelanjutan adalah pembagian materi data melalui platform hiburan berbasis web TikTok. Banyak orang memanfaatkan kehadiran media baru dalam komunikasi umum dengan menyebarkan informasi baru. Salah satu contohnya adalah playlist Vina Muliana di TikTok yang berisi informasi yang dapat digunakan untuk menelusuri CV netizen, mempelajari cara membuat CV, dan menyelesaikan latihan LinkedIn. Informasi ini tentang dunia kerja yang dapat ditemukan di sana.

Analisis ini menggunakan teknik penelitian substansi yang mencakup metode penggalian informasi dari suatu pesan (konten) untuk menentukan sifat-sifat pesan sebagai konten, tujuan data, dan cara interaksi dikomunikasikan. fokus penyelidikan. Investigasi ini memberikan informasi mengenai luasnya pekerjaan yang dilakukan pada akun @vmuliana, yang meliputi teknik pengumpulan informasi termasuk dokumentasi dan kajian penulisan. Kesimpulan penyelidikan, informasi yang dibagikan akun @vmuliana memiliki sedikit fitur mirip pesan. Dalam playlist @vmuliana yang memuat informasi dunia kerja terkait survei CV netizen, teknik pembuatan CV, dan aktivitas instruksional LinkedIn, hal ini seharusnya terlihat setelah dilakukan pemeriksaan.

**Kata Kunci:** Analisis Isi (*Content Analysis*), Media Sosial, Konten, TikTok

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Game online sangat efektif untuk berkomunikasi dan mengumpulkan informasi. Ini dapat dianggap sebagai platform elektronik yang memungkinkan setiap pengguna untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Di era globalisasi saat ini, khususnya di masa pandemi saat ini, ketersediaan hiburan virtual dikatakan memberikan manfaat yang sangat besar (Cholik, 2021). Pemanfaatan hiburan virtual juga memungkinkan setiap orang berbagi informasi kepada seluruh lapisan sosial. Hiburan virtual tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia dan berbagai aktivitasnya, salah satunya adalah hiburan elektronik dimana pengguna dapat berkomunikasi dengan pengguna lain untuk bertukar informasi, memberikan instruksi, dan terlihat selama aktivitas online. Menurut studi Aplikasi Sensor Apex, aplikasi teratas mungkin belum sepenuhnya ditetapkan meskipun telah menerima lebih dari 63,3 juta unduhan secara keseluruhan di perangkat iOS dan Android (Pertiwi, 2020). Oleh karena itu, TikTok telah berkembang menjadi game elektronik yang kini menjadi game virtual yang paling sering diunduh di kalangan pengguna game online.

Pengalihan virtual saat ini TikTok, sebuah aplikasi situs web yang berfokus pada produksi dan berbagi konten video cepat, berdampak pada masyarakat. Aplikasi TikTok memungkinkan pengguna merekam dan berbagi klip berdurasi 15 detik dari berbagai konten, termasuk spoof, foto bergerak, melodi, dan jenis konten lainnya yang mendapat dukungan dari pembuat konten. Karena pesatnya kemajuan teknologi dan struktur informasi, TikTok kini banyak digunakan oleh para pembuat konten untuk menyediakan konten untuk aktivitas sehari-hari seperti makan, memasak, belajar olahraga, dan lain sebagainya. Konten tersebut kemudian dapat disebarkan ke masyarakat umum melalui aplikasi TikTok. (Prosenjit dan Anwesana, 2021). Dengan perkembangan mekanis yang lebih canggih, individu dapat berkomunikasi melalui berbagai media. Hiburan elektronik berkaitan dengan kemampuan berkomunikasi dengan banyak keberatan game berbasis web, terutama

terkait informasi, gambar, tautan video, dan hal lainnya. Lainnya adalah lokasi di mana berbagai bentuk komunikasi dan informasi untuk semua tingkatan persahabatan dapat dilakukan. Globalisasi telah meningkatkan ketersediaan tempat rekreasi online, terutama di tengah epidemi saat ini.

Menjamurnya konten video di berbagai game online dan negara, termasuk Indonesia yang juga menyediakan konten, menegaskan tumbuhnya aplikasi TikTok untuk merekam dan berbagi video berbagai hal menarik sebagai salah satu faktor kunci perluasan pengguna ponsel. -Konten video yang dapat diunduh dan dilihat di beberapa platform yang menyediakan beragam pilihan akun di era baru (Susilowati, 2018).

Aplikasi TikTok menjadi yang paling banyak digunakan menjelang akhir tahun 2019, baik secara global maupun di Indonesia. Tujuan dari program ini, yang dibuat di Tiongkok oleh perusahaan ByteDance, adalah untuk menghormati dan menampilkan kreativitas dan momen penting yang ditangkap oleh setiap pelanggan. Jumlah pengguna aplikasi TikTok mengalami peningkatan. TikTok merupakan gabungan dari beberapa elemen yang dapat ditemukan pada platform hiburan berbasis internet yang telah digunakan sejak diluncurkan pada akhir tahun 2016. Aplikasi TikTok yang menawarkan musik seperti Spotify dan menggabungkannya dengan video cepat berdurasi 15 hingga 60 berdurasi beberapa detik seperti Snapchat atau Plant yang saat ini ditutup, hampir sama dengan Twitter, yang menyebabkan pertumbuhannya sangat besar—tepatnya 500 juta pengguna di seluruh dunia. Sebagaimana diungkapkan Accommodating dan Wijaya (2020), jumlah ini efektif menantang berbagai dorongan seperti YouTube, Facebook, WhatsApp, dan Instagram.

Fokus pada Indonesia menunjukkan betapa cepatnya pertumbuhan TikTok. Pada tahun 2020, terdapat 22,2 pengguna aplikasi TikTok di Indonesia yang menjadi pelanggan aktif bantuan tersebut, menurut statistik dari e-Publicist. Dalam hal pengguna TikTok, Indonesia kini berada di peringkat kedua di bawah Amerika Serikat (20,5) dengan lebih dari 20 juta pengguna. Oleh karena itu, aplikasi TikTok berfungsi sebagai platform distribusi materi yang memungkinkan seseorang

membuat konten yang kemudian dilihat oleh banyak orang (Chapple dalam Williamson, 2020).

Sebelumnya, banyak pembuat konten TikTok Indonesia dimulai dengan memproduksi video hiburan secara mandiri yang banyak dibagikan secara online dan menjadikan mereka sebagai pembuat konten yang sukses. Menurut Huotari dkk. (2015, p. 372), pembuatan konten melibatkan penyebaran data melalui banyak fase, salah satunya adalah hiburan online TikTok. Data diubah menjadi gambar, akun, dan komposisi, atau dipenuhi. Oleh karena itu, orang mungkin berpendapat bahwa pembuat konten adalah bagian dari perkembangan publikasi kontemporer, yang tugasnya mengumpulkan ide, fakta, dan angka serta melakukan penelitian cepat dan menghasilkan ide untuk menawarkan konten. Berfokus pada penyediaan informasi, persiapan, dan kemajuan yang dapat menyesuaikan materi dengan tahap yang dipilih, hal ini menciptakan konten yang paling sesuai untuk individu dan berupaya memenuhi tujuan substansi yang telah disepakati. Bekerja sama dengan Administrasi Penelitian, Pengembangan, dan Pelatihan Tingkat Tinggi, TikTok kini mulai bertransformasi menjadi game virtual edukasi dengan menciptakan #samasamalearn. Dengan berbagi informasi menggunakan hashtag ini, TikTok memungkinkan siapa saja menjadi pencipta data (Rachmawati, 2022). Pelanggan TikTok dibuat merasa diterima dan mendapatkan informasi dari pembuat konten dalam bentuk rekaman dan pesan yang dapat mereka pahami (Hasiholan et al. dalam Susilowati, 2018).

Saat ini TikTok menjadi tempat dimana setiap orang bisa mendapatkan informasi terkait apa yang mereka butuhkan, salah satunya melalui aplikasi TikTok. Saat ini TikTok merupakan platform hiburan virtual yang rutin digunakan oleh semua orang untuk berkreasi, menuangkan ide, dan memberikan informasi. Setiap orang bisa mendapatkan masukan dari luar melalui game online TikTok, salah satunya adalah belajar lebih banyak tentang dunia kerja, yang bisa kita pelajari dengan mengunjungi atau mencari ilmu tersebut melalui kegembiraan yang diberikan oleh para pembuat konten kepada sekutunya sehingga dapat bermanfaat. dipekerjakan. Ini akan digunakan setelah mereka mulai bekerja. Dunia perburuhan, yaitu suatu

setting yang diasosiasikan dengan kerja yang disumbangkan oleh beberapa individu dalam menyelesaikan suatu proyek, ternyata berbeda dengan dunia wacana dan pendidikan. Untuk memahami informasi apa saja yang dibutuhkan saat terjun di dunia kerja, setiap orang memang memerlukan pengetahuan mengenai hal tersebut (Maeskina dan Hidayat, 2022).

Setiap orang membutuhkan informasi mengenai suatu tugas, namun informasi ini sangat penting terutama bagi siswa sekolah menengah/sekolah mahir hingga lulusan baru yang telah menyelesaikan studi di sekolah menengah/sekolah mahir atau baru saja menyelesaikan ujian di sekolah. Bagi siswa SMK/SMK, masa peninjauan biasanya tiga tahun, sedangkan bagi siswa tamatan SMA hanya satu tahun. Setelah lulus, mereka secara rutin mencari pekerjaan yang berhubungan dengan sosialisasi dan mencari jawaban atas pertanyaan mereka. Hal ini terutama terlihat jelas dalam masyarakat saat ini, ketika kebutuhan akan pengetahuan tidak mungkin diabaikan (Monica, 2018).

Karena sulitnya mendapatkan pekerjaan di bidang lain, terkadang terdapat ratusan atau bahkan sejumlah besar pelamar untuk posisi atau panggilan yang tersedia, sehingga persaingan untuk memasuki pasar tenaga kerja cukup kompetitif. Bukan hal yang aneh jika pencari kerja datang lebih awal dari rencana untuk menyerahkan lamarannya kepada manajer. Setelah Kompas.com memastikan kejadian tersebut benar terjadi di sebuah pabrik pengolahan di Jatiuwung, Kota Tangerang, Banten, pengakuan tersebut disampaikan Hakim Zain Dwi Nugroho (Tribunnews.com, 2022).

Seseorang menjadi lebih rentan terhadap peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitarnya seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diperolehnya, sehingga membuat mereka semakin bersemangat dalam mengambil keputusan mengenai tindakan yang akan diambil secara terbuka. Karena percakapan dapat terjadi di mana-mana, kehidupan di sekitar dapat dipasarkan sepenuhnya melalui percakapan tersebut. Semakin banyak data yang Anda tawarkan, semakin banyak orang lain yang mengetahuinya (Sairoh, 2016).

Mengingat dunia kerja mempunyai kebutuhan yang sangat penting bagi setiap orang yang ingin memasukinya, maka untuk dapat mempunyai pilihan memasukinya, Anda memang harus memiliki pengetahuan di bidangnya dan kemampuan membantu tugas-tugas administrasi melalui penyebaran informasi. Dia. Pada tahun 2018, Dwi Utami menyadari bahwa informasi dunia kerja mencakup fakta tentang berbagai jenis pekerjaan, jumlah pekerjaan yang kosong, prasyarat atau hambatan masuk, kondisi kerja, insentif yang diterima, dan potensi memperoleh kredit kerja. baik mencari atau mengejar karir melalui gangguan online di mana pengetahuan adalah fondasinya.

Menurut Hardiyanto dalam Sairoh (2016), informasi dunia kerja mencakup segala informasi yang berkaitan dengan pilihan, jalur karir, konsep tingkat bagian, dan mata kuliah khusus bidang. Data mengenai dunia kerja dapat dikomunikasikan melalui gangguan virtual seperti jenis informasi lainnya. Vina Muliana, seorang pengembang konten persiapan, memulai karirnya sebagai pembuat obat ketika peristiwa Covid terjadi. Vina Muliana tidak hanya bekerja di BUMN tetapi juga di asosiasi BUMN sebagai Senior Accomplice, Culture Assessment and Program Improvement in the Indonesia Mining Industry (Mind ID). Vina Muliana membuat materi persiapan sekaligus memiliki akun TikTok dengan username @vmuliana (Tribunnewawiki.com digunakan sebagai sumber).

Di sini materi terkait dunia kerja dibahas menggunakan akun @aprirokh\_. Untuk laporan ini, topik lain yang perlu diingat mencakup saran di LinkedIn, dorongan untuk mengejar pekerjaan, saran wawancara, dan pengembangan diri. Ini memiliki total 288 rekaman, 435,2 ribu pengagum, dan 6,7 juta pilihan. Selain perwakilan BUMN, Apri Rokhyadi juga menjabat sebagai Kepala Kantor Penunjukan Telkom Indonesia. Apri Rokhyadi merupakan salah satu konten kreator aktif di TikTok (@aprirokh\_.www.tiktok.com) yang kerap memberikan informasi seputar dunia kerja selain pekerjaannya di BUMN hingga akhir tahun 2020.

Jika konten akun @vmuliana dan @aprirokh\_ dibandingkan, terlihat jelas bahwa keduanya fokus pada informasi seputar dunia kerja dan masing-masing memiliki keunggulan tersendiri. Namun, dapat dikatakan bahwa rekaman @vmuliana

menceritakan lebih banyak kisah dan memberi informasi kepada para penggemarnya tentang luasnya upaya yang dilakukan. TikTok dibandingkan dengan akun @aprirokh\_ karena dari segi volume video yang dibagikan dan preferensi yang diterima, akun @vmuliana lebih terkenal dibandingkan akun @aprirokh\_.

Data komputer Mini TikTok Money Exolyt.com menunjukkan akun @vmuliana kini memiliki 6,0 juta pengikut, total 110,3 juta suka, dan total 530 video. Vina Muliana telah membuat sejumlah playlist di akun TikTok miliknya yang berisi konten edukasi, antara lain panduan membuat CV, menggunakan LinkedIn, dan membantu mempelajari CV Netizen. Pesan dari kajian CV netizen, saran pembuatan CV, dan latihan menampilkan LinkedIn dipublikasikan di playlist @vmuliana dengan harapan semua orang yang terlibat di dunia kerja dapat merasakan manfaat informasinya (@vmuliana.www.tiktok.com).

Vina Muliana berpeluang masuk dalam daftar Forbes 30 Under 30 karena materi yang ia hasilkan pada tahun 2021–2022. Dengan menempatkan lagu-lagu seperti yang disebutkan di atas di bagian atas playlist musiknya, dia telah memberikan informasi yang berbeda kepada penontonnya. Forbes 30 Under 30 adalah daftar 30 anak muda di bawah usia 30 tahun yang telah memberikan kontribusi luar biasa di bidang bisnis, sosial, seni, dan atletik (edukasi.okezone.com).

Mengingat informasi seputar dunia kerja yang dapat diperoleh melalui hiburan virtual, penelitian ini menarik untuk diselesaikan. Salah satu pilihan tambahan di tempat kerja adalah TikTok. Hal ini disebabkan pengetahuan tentang dunia kerja pada dasarnya merupakan sesuatu yang mengarahkan kita sebelum terjun ke dunia kerja. Pemanfaatan game online TikTok sebagai alat penyebaran informasi mengakibatkan banyaknya orang yang memainkan game TikTok. Hal ini sebaiknya ditangani tanpa tatap muka dengan komunikator agar dapat memperoleh informasi tentang dunia kerja dan melakukannya dengan lebih efektif dibandingkan menggunakan surat. Menggunakan berita sebagai alat pemeriksaan media. Melalui hiburan online TikTok yang dapat diakses oleh semua orang tanpa batasan

geografis atau waktu, informasi mengenai dunia kerja dapat disajikan dengan cara yang menarik.

Simak informasi yang diberikan TikTok pada lini akun @vmuliana dunia hiburan online di atas. Para ahli perlu mengetahui citra merek yang disertakan dalam laporan dengan mengacu pada tugas yang ada, seperti membantu pelanggan online dengan tugas-tugas seperti perencanaan LinkedIn dan penulisan CV. Peneliti menentukan judul “**Analisis Konten Informasi Seputar Dunia Kerja pada Akun Tiktok @vmuliana**”

## 1.2 Rumusan Masalah

Setelah menguraikan latar belakang masalah, rincian masalah tersebut dikumpulkan sebagai berikut:

Bagaimana LinkedIn, metode VC, dan penilaian CV netizen terbantu dengan fitur konten data. Di akun @vmuliana terdapat game dan video TikTok yang mendidik.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mencapai hal-hal berikut, dengan memperhatikan latar belakang dan uraian masalah di atas:

Untuk mengetahui bagaimana karakteristik konten data mendukung survei CV netizen, metode membangun VC, dan LinkedIn. Di akun @vmuliana terdapat permainan TikTok yang mendidik dan hiburan virtual.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut

### a. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini adalah peneliti dapat memberikan lebih banyak informasi dan referensi kepada perpustakaan serta bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian informasi seputar dunia kerja melalui hiburan virtual TikTok serta untuk bidang Ilmu Korespondensi dan divisi akademik.

b. Manfaat Praktis

Temuan penyelidikan ini dapat mengarahkan seluruh pengguna TikTok dan siapa pun yang mengetahui informasi tentang dunia kerja melalui platform hiburan berbasis web TikTok untuk mempertimbangkan lebih lanjut data tentang dunia kerja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albercht, W. D. (2011),” LinkedIn for Accounting and Business Students. *American Journal of Business Education*,4(10) 39-41.
- Buharnuddin (2020),” Analisis Isi Pesan Media Sosial Instagram Dalam Akun Kartun Muslimah” *Jurnal*
- Cholik, C.A. (2021),”Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT Dalam Berbagai Bidang. *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan* 2(2)39-46.
- Chapple&Williamson.D,” TikTok Users Around the World (2020).eMarketer. <https://www.eMarketer.com/content/tiktok-users-around-world-2020>.
- C.Dewa & L.Safitri, (2021),” Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). *Khasanah Ilmu-JurnalParawisata dan Budaya*.
- DD Suyani, (2023). *Pengaruh Terpaan Konten Tiktok @vmuliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Berkarir (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Angkatan 2018*. Etd.umm.ac.id
- Eriyanto (2011). *Analisis Isi:”pengantar metodeologi untuk penelitian ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*, Jakarta: PRENAMEDIA GRUB. Fachruddin, Andi.2019.*Journalism Today*, Jakarta Kencana Pernada Media Grub.
- Emilisyah Nur. (2021),” Peran Media Massa Menghadapi Serbuan Media Online,” *Jurnal Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*.
- E. Novidiayanti (2021),” Pesan Dakwah Melalui Konten TikTok”.
- Gushevinalti, Dkk (2020),” Transformasi Karakteristik Komunikasi di Era Konvergensi Media,” *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*.
- Glints, “7 Cara Ampuh Membuat CV yang Menarik Agar Dilirik oleh Rekruter” <https://glints.com/id/lowongan/cara-membuat-cv-yang-menarik/>
- Hasiholan dan Susilowati,” Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gunakan Cuci Tangan diIndonesia Untuk Mencegah Covid-19 (2020). *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Halik, Abdul. (2013). *Komunikasi Massa. Makassar: Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar*.

- Habibah, Dkk (2021),”Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru”.  
*Jurnal Teknologi dan Bisnis. Vol. 3 No. 2*
- Karens Sabrina dan D. Prasetyo, (2022). Pengaruh Terpaan Akun Tiktok @vmuliana Terhadap Pengentahuan Tentang Dunia Karir Untuk Followers. *Jurnal Komunikasi dan Media*.
- Muhammad, Putra Mardi Hamzah dan Fahamsyah Hatta Mohammad. (2021),”  
*Penerapan Platform Media Sosial LinkedIn Sebagai Alat Rekrutmen*.  
Vol.7 No. 4 hal.15.
- M.H.Dwi Wijaya and M. Haelein (2020),” Konsumsi Media Bagi Kalangan Pelajar: Studi Pada Hyperrealitas TikTok,” *Al-Mada J. Agama, Sos.dan Budaya, Vol.3, no.2, pp.170-191*.
- Moleong, Lexy J. (2015),” *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosda karya
- Maya Retnasary dan Dini Fitriawati, (2022).”Analisis Akun Tiktok @Iramira Sebagai Media Pembelajaran Edukasi”. *Jurnal Ilmu Komunukasi*.
- Maeskin, M. M., & Hidayat, D. (2022),” Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital Content Creator Work Adaptation In The Digital Age Pada Era Digitalisasi Kecakapan Pengguna Dalam Memanfaatkan Media Digita Merupakan Keseluruhan Gaya Hidup dan Media Kreator,” *Jurnal Communio*.
- Monica, Fb UMN. (2018), “Analisis Pengaruh presesif informasi dunia kerja pada kalangan fresh graduate” *Universitas Multimedia Nusantara*
- Evi Novidayati, (2021),” Pesan Dakwah Melalui Konten TikTok”. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponogoro*.
- Nasrullah (2017),”Pengaruh Media Sosial: *Presfektif Komunikasi, Budaya dan Sositeknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakar.
- Nanang Martono (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- ND. Setiayani (2019),” Teknik Analisis Data, Deskriptif, Ekspanatif, Prediktif”
- Putri et, al,”Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja,” *Jurnal Unpad*.
- Prosenjit & Anwesan (2021),” Analisis Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial TikTok”. *Jurnal Inovasi dan Pengembangan*.

- Pertiwi, “Wahyuanda Kusuma Indonesia Sumbang Angka Unduhan TikTok Terbanyak di Dunia” <https://Teknokompascom/read/2020/09/11/1501003/indonesia-sumbang-angka-unduh-an-tikTok-terbanyak-di-dunia>.
- Putradi Pamungkas,” Vina Muliana” <https://www.tribunnewswiki.com>.
- Rahmawati dkk,” Perkembangan TikTok Dari Media Sosial Hiburan Menjadi Media Sosial Edukasi,” <https://Memorandum.co.id>.
- Purwati, dkk, (2021).” Analisis Penggunaan Tagar Viral Sebagai Media Pendidikan Karakter Netizen (Studi Kritis Pada Fenomena Global Mengenai Tagar #dajjal di Twitter)”. *Jurnal Civics & Social Studies*.
- Rieke Eva Kusumaningtyas dan Rummyeni, (2022),” Pengaruh Content Creator Tiktok @vmuliana Terhadap Pemenuhan Kebuthan Informasi Seputar Dunia Kerja di Kalangan Followers ”. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*.
- Rizal,” <https://infokomputer.grid.id/read/123393481/daftar-lengkap-fitur-hingga-cara-download-video-tiktok-tanpa-watermark?Page=all>”
- Romli, K, Adipranomo, 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Pt Penertbit Grasindo.
- Reza Putri, dkk, (2021).” Analisis Isi Konten Edukasi FunFact Pada Akun Tiktok @Buiramira,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Sugiyono, (2017),” Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2012),” Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sairoh, (2016),” Pengaruh Pengalaman PPL, IPK, Lingkungan Keluarga dan Informasi Dunia Kerja Terhadap Minat Menjadi Guru pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 FE UNY,” *Skripsi. Yogyakarta :Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Sekarwuli (2021),” analisis konten media Instagram RM bang rindu sebagai strategi branding” *Jurnal ilmu Komunikasi*.
- Susilowati (2018),” Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Personal Branding di Instagram Studi Deskriptif kualitatif pada akun @bowo\_allpenlieb,” *Jurnal Komunikasi*,
- Tika Vidya Utami, “Mengetahui Lebih Jauh Vina Muliana, Seleb TikTok yang Masuk Forbes 30 Under 30 tahun 2022” <https://edukasi.okezone.com>

Utami, C. Y. V. (2018). Pengaruh Informasi Dunia Kerja dan Motivasi Memasuki Dunia Kerja Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Akuntansi. *Universitas Santa Dharma*