



UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

Jl. Prof. Dr. Supomo, SH No.84 Tebet, Jakarta Selatan 12870 | Phone : (021)83785303

FORMULIR PENGHITUNGAN NILAI AKHIR

Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat Semester : TA 2024/2025 Sem Ganjil
Mata kuliah : MEDIA UNTUK PERUBAHAN SOSIAL Bobot SKS : 2
Dosen : Dra. Sumiyati, M.Si Jumlah Mahasiswa : 20
Kelas : 3PGA

No	NIM	Nama Mahasiswa	Absensi/Aktifitas Partisipatif (10%)	QUIZ/TUGAS 1 (10%)	Hasil Proyek/Tugas 2 (40%)	UTS (20%)	UAS (20%)	Total	Grade
1	2021220011	ADHITYA IRFAN YONEDA	50.00		70.00	85.00		50.00	D
2	2023220001	ANDHIKA HARDJA KUSUMA	100.00	85.00	96.00	86.00	80.00	90.10	A
3	2023220002	MUHAMMAD IRSYAD ABDILLAH	64.29	60.00	70.00	65.00		53.43	D
4	2023220003	TIZA ZAHRA ALFITRI	100.00	87.00	96.00	88.00	94.00	93.50	A
5	2023220004	MUHAMMAD FAUZAN NURHADI	78.57	85.00	88.00	75.00	60.00	78.56	A-
6	2023220006	TALITA AZALIA HANDAYANI	100.00	82.00	93.00	92.00	88.00	91.40	A
7	2023220008	ALFONSUS LIGOURI KEVIN HARTADI	50.00	70.00		73.00		26.60	E
8	2023220009	MUHAMMAD ARYA RIZQI PRADANA	71.43	60.00	87.00	50.00	62.00	70.34	B
9	2023220010	TSABITUL AZMI	100.00	82.00	94.00	80.00	75.00	86.80	A
10	2023220011	NAILA AMANI SOLIHIN	100.00	86.00	94.00	85.00	72.00	87.60	A
11	2023220012	GHINA NUR QINTHARA TERI	92.86	75.00	88.00	80.00	72.00	82.39	A
12	2023220013	ARIO BAGOES SWASONGKO	100.00	60.00	95.00	85.00	60.00	83.00	A
13	2023220014	NADHIRA TSANIYA	100.00	87.00	96.00	75.00	74.00	86.90	A
14	2023220015	FARREL ANDHIKA MEAZZA	71.43		90.00	74.00	60.00	69.94	B
15	2023220016	AMANDA LIZA SAPARUDIN	100.00	80.00	94.00	90.00	75.00	88.60	A
16	2023220017	AHMAD FADHLURROHMAN	78.57	60.00	87.00	75.00	62.00	76.06	A-
17	2023220018	EKA SURYA SAPUTRA	92.86	60.00	85.00	88.00	73.00	81.49	A
18	2023220020	AGRIFA HAGAI TARIGAN	100.00	86.00	90.00	90.00	72.00	87.00	A
19	2023220021	ZEHAN RAFI ALGHIFARY	57.14	87.00	75.00	73.00		59.01	C
20	2024227001	AJIE PASHA MAULANA	42.86	84.00		75.00		27.69	E

Pengisian nilai untuk kelas ini ditutup pada **Selasa, 18 Februari 2025** oleh **0321046202**

Tanggal Cetak : Selasa, 25 Februari 2025, 13:01:14

Dicetak Oleh : Sumiyati



UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

Jl. Prof. Dr. Supomo, SH No.84 Tebet, Jakarta Selatan 12870 | Phone : (021)83785303

FORMULIR PENGHITUNGAN NILAI AKHIR

Program Studi : D3 Hubungan Masyarakat Semester : TA 2024/2025 Sem Ganjil
Mata kuliah : KOMUNIKASI ORGANISASI Bobot SKS : 2
Dosen : Dra. Sumiyati, M.Si Jumlah Mahasiswa : 11
Kelas : 1PGA

No	NIM	Nama Mahasiswa	Absensi/Aktifitas Partisipatif (10%)	QUIZ/TUGAS 1 (10%)	Hasil Proyek/Tugas 2 (40%)	UTS (20%)	UAS (20%)	Total	Grade
1	2021220011	ADHITYA IRFAN YONEDA	35.71			75.00		18.57	E
2	2021220021	RUHADI MAWLANAA ALHAMSURYAATMAJA	42.86			75.00		19.29	E
3	2024220001	KAYLA FITRIANDINI CHANDRANINGTYAS	100.00	84.00	97.00	75.00	95.00	91.20	A
4	2024220002	MUHAMMAD IRFAN FADHILLAH	92.86	83.00	95.00	72.00	84.00	86.79	A
5	2024220003	ALFAN FADILLAH	100.00	80.00	96.00	78.00	85.00	89.00	A
6	2024220004	ARYA DIRGANTARA PUTRA	92.86	85.00	96.00	70.00	82.00	86.59	A
7	2024220005	M. AVICTO RAHMA MAULANA	100.00	87.00	95.00	85.00	82.00	90.10	A
8	2024220006	KANIA EKA WIJAYANTI	100.00	88.00	97.00	80.00	95.00	92.60	A
9	2024220008	NAILA FEBRIANA BIDRIN	100.00	88.00	97.00	80.00	90.00	91.60	A
10	2024220009	IBNU AMMAR ABDI SALAMAH HAMKA	78.57	60.00	96.00		79.00	68.06	B
11	2024220010	SYAKIRA ATHIYYAH	92.86	80.00	96.00	80.00	84.00	88.49	A

Pengisian nilai untuk kelas ini ditutup pada **Rabu, 12 Februari 2025** oleh **0321046202**

Tanggal Cetak : Selasa, 25 Februari 2025, 13:00:46
Dicitak Oleh : Sumiyati



FORMULIR PENGHITUNGAN NILAI AKHIR

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi Semester : TA 2024/2025 Sem Ganjil
Mata kuliah : KOMUNIKASI SOSIAL & PEMBANGUNAN Bobot SKS : 3
Dosen : Dra. Sumiyati, M.Si Jumlah Mahasiswa : 30
Kelas : 7PFP

No	NIM	Nama Mahasiswa	Absensi/Aktifitas Partisipatif (10%)	QUIZ/TUGAS 1 (10%)	Hasil Proyek/Tugas 2 (40%)	UTS (20%)	UAS (20%)	Total	Grade
1	2021210020	YUDA ERLANGGA	100.00	78.00	96.00	65.00	85.00	86.20	A
2	2021210021	ANINDYA PUTRI WIDYADHARI	85.71	70.00	96.00	77.00	80.00	85.37	A
3	2021210086	ALYA RAFADILLA	71.43	87.00	95.00	50.00	82.00	80.24	A
4	2021210091	RIZKI AMELIA	100.00	78.00	93.00	92.00	80.00	89.40	A
5	2022210012	ELISABETH KAROULINA PINEM	100.00	85.00	94.00	92.00	80.00	90.50	A
6	2022210035	ACHMAD ZAIDAN HAKIM	100.00	75.00	95.00	82.00	80.00	87.90	A
7	2022210038	NATASYA IRIANY	100.00	77.00	94.00	92.00	83.00	90.30	A
8	2022210055	INA YULIS TIAWATI	100.00	60.00	78.00	78.00	80.00	78.80	A-
9	2022210062	KENIA MEILYANI	85.71	86.00	95.00	82.00	86.00	88.77	A
10	2022210065	RISCA RISDIANA SARI	100.00	80.00	96.00	95.00	60.00	87.40	A
11	2022210068	SASMITA SARI	100.00	75.00	95.00	92.00	95.00	92.90	A
12	2022210071	EGI FAHREZI	100.00	82.00	96.00	94.00	83.00	92.00	A
13	2022210072	DWI MENI ANDAYANI	100.00	78.00	95.00	72.00	81.00	86.40	A
14	2022219001	YUDHYSTARA GINTING MUNTHE	0.00			50.00	0.00	10.00	E
15	2022219007	DINI ALVIRA	71.43	75.00	96.00	77.00	81.00	84.64	A
16	2023210005	GALIH FEBRIANA PUTRA	71.43	60.00	77.00	80.00	90.00	77.94	A-
17	2023210008	AHMAD ARBIANSYAH	100.00	82.00	94.00	78.00	83.00	88.00	A
18	2023210011	MUHAMMAD SAMUDRO PRASETYO UTOMO	100.00	80.00	95.00	82.00	88.00	90.00	A
19	2023210016	SRI DIANI	85.71	65.00		65.00	84.00	44.87	D
20	2023210028	ENCE MUHAMMAD DHIAZ AZZURY	100.00	78.00	95.00	85.00	90.00	90.80	A
21	2023210029	RIZKY APRILIA ASTUTI	85.71	78.00	80.00	75.00	87.00	80.77	A
22	2023210032	VIONITA SHAKILA MAHARANI	100.00	83.00	80.00	82.00	83.00	83.30	A
23	2023210040	ANISA PRATIWI AWALIYAH	100.00	86.00	95.00	84.00	73.00	88.00	A
24	2023210041	DEA DEVITA TRI WULANDARI	100.00	78.00	80.00	80.00	73.00	80.40	A
25	2023210044	GABRIELLA ANASTASIA TEGUH	100.00	75.00	95.00	77.00	94.00	89.70	A
26	2023219010	SELVYA IRIANTI W N	100.00	60.00	78.00	65.00	74.00	75.00	A-
27	2023219011	ADE NOVIYANI	100.00	83.00	95.00	74.00	81.00	87.30	A
28	2023219013	SITI ADRIANI SYAH PUTRI	100.00	88.00	95.00	95.00	95.00	94.80	A
29	2024219001	NIDA FAKHIRAH	100.00	78.00	96.00	82.00	84.00	89.40	A
30	2024219002	MUHAMMAD AZIS ABDILLAH	100.00	80.00	96.00	94.00	93.00	93.80	A

Pengisian nilai untuk kelas ini ditutup pada **Rabu, 12 Februari 2025** oleh 0321046202

Tanggal Cetak : Selasa, 25 Februari 2025, 13:00:17

Dicetak Oleh : Sumiyati



UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

Jl. Prof. Dr. Supomo, SH No.84 Tebet, Jakarta Selatan 12870 | Phone : (021)83785303

FORMULIR PENGHITUNGAN NILAI AKHIR

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi Semester : TA 2024/2025 Sem Ganjil
Mata kuliah : KOMUNIKASI SOSIAL & PEMBANGUNAN Bobot SKS : 3
Dosen : Dra. Sumiyati, M.Si Jumlah Mahasiswa : 48
Kelas : 7PFA

No	NIM	Nama Mahasiswa	Absensi/Aktifitas Partisipatif (10%)	QUIZ/TUGAS 1 (10%)	Hasil Proyek/Tugas 2 (40%)	UTS (20%)	UAS (20%)	Total	Grade
1	2018210069	MAHESA GILANG RAMADHAN	78.57	75.00	85.00	78.00	72.00	79.36	A-
2	2019210073	FERDINAN OCTAVIANUS ROBOT	28.57			75.00		17.86	E
3	2019210116	MUHAMMAD FIRNANDY HAYSAN	28.57					2.86	E
4	2021210045	STEPHANIE CLARA SETIAWAN	71.43	82.00	90.00	70.00	76.00	80.54	A
5	2021210057	LAURA ELMA NOVIA WIJAYA	92.86	80.00	84.00	90.00	70.00	82.89	A
6	2021210090	DIANA PUTRI PRATAMA	100.00	85.00	90.00	88.00	80.00	88.10	A
7	2022210002	CARISANDRINA SANINE SALSABILA	100.00	75.00	88.00	87.00	79.00	85.90	A
8	2022210004	NUR ARFIANTI	100.00	80.00	93.00	76.00	67.00	83.80	A
9	2022210007	YUSNITA MUSLINA APRILIANI	100.00	80.00	93.00	88.00	79.00	88.60	A
10	2022210013	ANNISA RIZKY UTAMI	85.71	93.00	90.00	80.00	92.00	88.27	A
11	2022210014	FERDY FIRMANSYAH	100.00	85.00	92.00	84.00	80.00	88.10	A
12	2022210015	AVERUS FAUZAN WAFI	100.00	85.00	92.00	86.00	80.00	88.50	A
13	2022210016	REYHAN GUNADI	100.00	78.00	82.00	78.00	74.00	81.00	A
14	2022210017	STANISLAUS XB	100.00	85.00	90.00	78.00	79.00	85.90	A
15	2022210018	AHMAD RIF'AT FARYABI	57.14	78.00	80.00	75.00		60.51	C
16	2022210019	KEYSHA ALEA SAFINKA.D	100.00	75.00	88.00	80.00	80.00	84.70	A
17	2022210021	BAGUS FERGIYATMOKO	78.57		60.00	75.00	74.00	61.66	C
18	2022210023	HILLAIRA PUTRI JUNIR	100.00	93.00	93.00	85.00	69.00	87.30	A
19	2022210024	RINA KHOIRUNISA	92.86	93.00	95.00	74.00	94.00	90.19	A
20	2022210025	MUHAMAD FIRZA JULFAJRIANSYAH	100.00	85.00	90.00	76.00	70.00	83.70	A
21	2022210026	ZAHRA AZIZAH SAPUTRI	100.00	93.00	94.00	88.00	78.00	90.10	A
22	2022210027	ANDRE AGUSTINUS PUTRA	100.00	92.00	92.00	96.00	77.00	90.60	A
23	2022210028	FADHILLA PUTRI	85.71	75.00	88.00	80.00	89.00	85.07	A
24	2022210029	AZZANI DWI MAULIDIA	100.00	80.00	90.00	80.00	80.00	86.00	A
25	2022210030	FAIRUZ AULIA CIPTAFIANI	100.00	80.00	80.00	80.00	70.00	80.00	A
26	2022210031	CLAUDIA ARZETA	92.86		84.00	75.00	72.00	72.29	B+
27	2022210032	LIESYA SRI AYU PRIMA SIREGAR	92.86	93.00	90.00	77.00	78.00	85.59	A
28	2022210034	HERDINA YUMMA	92.86	94.00	90.00	86.00	75.00	86.89	A
29	2022210039	LAILA NAZIFA MULYANI	100.00	85.00	87.00	78.00	75.00	83.90	A
30	2022210040	NATASYA TRIAVINITA HANDAYANI	100.00	85.00	87.00	85.00	84.00	87.10	A

Halaman 1/2



UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

Jl. Prof. Dr. Supomo, SH No.84 Tebet, Jakarta Selatan 12870 | Phone : (021)83785303

FORMULIR PENGHITUNGAN NILAI AKHIR

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi Semester : TA 2024/2025 Sem Ganjil
Mata kuliah : KOMUNIKASI SOSIAL & PEMBANGUNAN Bobot SKS : 3
Dosen : Dra. Sumiyati, M.Si Jumlah Mahasiswa : 48
Kelas : 7PFA

No	NIM	Nama Mahasiswa	Absensi/Aktifitas Partisipatif (10%)	QUIZ/TUGAS 1 (10%)	Hasil Proyek/Tugas 2 (40%)	UTS (20%)	UAS (20%)	Total	Grade
31	2022210044	MUHAMAD VIKHRY ALKHAIRAN JAMBAK	71.43	78.00	82.00	87.00	77.00	80.54	A
32	2022210045	LUSI ANGGRAINI	100.00	92.00	93.00	90.00	82.00	90.80	A
33	2022210046	NOVIA ARIYANI	92.86	83.00	70.00	85.00	67.00	75.99	A-
34	2022210047	SITI JOSINTA MALIK	92.86	92.00	93.00	78.00	80.00	87.29	A
35	2022210050	FAHD BARABA	92.86	83.00	70.00	75.00	74.00	75.39	A-
36	2022210053	SITI NAILA ADZKHIA	100.00	96.00	84.00	88.00	66.00	84.00	A
37	2022210054	JULIA ARIANTI	92.86	96.00	83.00	80.00	70.00	82.09	A

38	2022210058	RAISYA SAAFA KAMILIA	100.00	92.00	88.00	95.00	72.00	87.80	A
39	2022210059	RYAN PUTRA MAHARDIKA	92.86	96.00	83.00	78.00	62.00	80.09	A
40	2022210067	WIDAD WIJAYANTI	100.00	96.00	82.00	77.00	72.00	82.20	A
41	2022219003	FAJAR APRILLIYAN CAHYONO	92.86	82.00	84.00	70.00		65.09	B-
42	2023217006	KHANSA VANYA AZALIA	92.86	82.00	85.00	50.00	68.00	75.09	A-
43	2023217007	RAFI ARRASYID	92.86	80.00	80.00	90.00	72.00	81.69	A
44	2023217009	CORNELIA CARISSA SUMUAL	85.71	83.00	80.00	75.00	77.00	79.27	A-
45	2023219007	AFRODITHO NUGRAHA LESMANA	92.86	80.00	85.00	77.00	75.00	81.69	A
46	2023219009	NADIA AMELIA HIDAYAT	85.71	80.00	85.00	73.00	76.00	80.37	A
47	2024217008	IVAN ALJOSA ISKANDARSYAH	28.57			60.00		14.86	E
48	2024219003	FAIZAL NUR IBRAHIM	78.57	83.00	70.00	83.00	60.00	72.76	B+
Pengisian nilai untuk kelas ini ditutup pada Minggu, 16 Februari 2025 oleh 0321046202									

Tanggal Cetak : Selasa, 25 Februari 2025, 12:59:54
Dicetak Oleh : Sumiyati



UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

Jl. Prof. Dr. Supomo, SH No.84 Tebet, Jakarta Selatan 12870 | Phone : (021)83785303

FORMULIR PENGHITUNGAN NILAI AKHIR

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi Semester : TA 2024/2025 Sem Ganjil
Mata kuliah : KOMUNIKASI, DIPLOMASI & NEGOSIASI Bobot SKS : 3
Dosen : Dra. Sumiyati, M.Si Jumlah Mahasiswa : 37
Kelas : 7PFA

No	NIM	Nama Mahasiswa	Absensi/Aktifitas Partisipatif (10%)	QUIZ/TUGAS 1 (10%)	Hasil Proyek/Tugas 2 (40%)	UTS (20%)	UAS (20%)	Total	Grade
1	2019210022	JOSE EZRA GIRSANG	78.57	78.00	92.00	70.00		66.46	B-
2	2019210116	MUHAMMAD FIRNANDY HAYSAN	28.57	70.00				9.86	E
3	2020210091	ROLANDO JOSEPH HETHARIA	85.71	72.00	85.00	76.00	77.00	80.37	A
4	2021210057	LAURA ELMA NOVIA WIJAYA	92.86	82.00	85.00	78.00	80.00	83.09	A
5	2021210090	DIANA PUTRI PRATAMA	100.00	85.00	85.00	80.00	90.00	86.50	A
6	2022210002	CARISANDRINA SANINE SALSABILA	100.00	75.00	96.00	84.00	88.00	90.30	A
7	2022210004	NUR ARFIANTI	100.00	88.00	96.00	78.00	62.00	85.20	A
8	2022210007	YUSNITA MUSLINA APRILIANI	100.00	87.00	85.00	87.00	82.00	86.50	A
9	2022210013	ANNISA RIZKY UTAMI	100.00	84.00	97.00	74.00	72.00	86.40	A
10	2022210014	FERDY FIRMANSYAH	100.00	85.00	93.00	75.00	76.00	85.90	A
11	2022210015	AVERUS FAUZAN WAFI	100.00	85.00	93.00	73.00	80.00	86.30	A
12	2022210016	REYHAN GUNADI	92.86	70.00	95.00	70.00	72.00	82.69	A
13	2022210018	AHMAD RIF'AT FARYABI	100.00	70.00	95.00	75.00	72.00	84.40	A
14	2022210019	KEYSHA ALEA SAFINKA.D	100.00	75.00	96.00	83.00	72.00	86.90	A
15	2022210021	BAGUS FERGIYATMOKO	71.43	86.00		85.00	72.00	47.14	D
16	2022210024	RINA KHOIRUNISA	100.00	78.00	97.00	78.00	92.00	90.60	A
17	2022210026	ZAHRA AZIZAH SAPUTRI	100.00	84.00	97.00	80.00	82.00	89.60	A
18	2022210027	ANDRE AGUSTINUS PUTRA	100.00	82.00	95.00	73.00	77.00	86.20	A
19	2022210028	FADHILLA PUTRI	92.86	75.00	96.00	73.00	87.00	87.19	A
20	2022210029	AZZANI DWI MAULIDIA	100.00	86.00	93.00	86.00	92.00	91.40	A
21	2022210030	FAIRUZ AULIA CIPTAFIANI	100.00	77.00	93.00	74.00	80.00	85.70	A
22	2022210032	LIESYA SRI AYU PRIMA SIREGAR	100.00	80.00	97.00	85.00	94.00	92.60	A
23	2022210034	HERDINA YUMMA	100.00	80.00	96.00	80.00	77.00	87.80	A
24	2022210039	LAILA NAZIFA MULYANI	100.00	85.00	85.00	87.00	76.00	85.10	A
25	2022210040	NATASYA TRIAVINITA HANDAYANI	100.00	88.00	96.00	84.00	82.00	90.40	A
26	2022210044	MUHAMAD VIKHRY ALKHAIRAN JAMBAK	92.86	85.00	95.00	72.00	72.00	84.59	A
27	2022210045	LUSI ANGGRAINI	100.00	92.00	95.00	86.00	96.00	93.60	A
28	2022210046	NOVIA ARIYANI	100.00	80.00	92.00	75.00	72.00	84.20	A
29	2022210047	SITI JOSINTA MALIK	92.86	86.00	95.00	85.00	87.00	90.29	A
30	2022210050	FAHD BARABA	100.00	0.00	96.00	70.00	77.00	77.80	A-

Halaman 1/2



UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

Jl. Prof. Dr. Supomo, SH No.84 Tebet, Jakarta Selatan 12870 | Phone : (021)83785303

FORMULIR PENGHITUNGAN NILAI AKHIR

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi Semester : TA 2024/2025 Sem Ganjil
Mata kuliah : KOMUNIKASI, DIPLOMASI & NEGOSIASI Bobot SKS : 3
Dosen : Dra. Sumiyati, M.Si Jumlah Mahasiswa : 37
Kelas : 7PFA

No	NIM	Nama Mahasiswa	Absensi/Aktifitas Partisipatif (10%)	QUIZ/TUGAS 1 (10%)	Hasil Proyek/Tugas 2 (40%)	UTS (20%)	UAS (20%)	Total	Grade
31	2022210053	SITI NAILA ADZKHIA	100.00	86.00	94.00	83.00	82.00	89.20	A
32	2022210054	JULIA ARIANTI	100.00	80.00	94.00	73.00	79.00	86.00	A
33	2022210058	RAISYA SAAFA KAMILIA	100.00	85.00	95.00	85.00	82.00	89.90	A
34	2022210059	RYAN PUTRA MAHARDIKA	92.86	86.00	94.00	80.00	62.00	83.89	A
35	2022210067	WIDAD WIJAYANTI	92.86	80.00	94.00	83.00	70.00	85.49	A
36	2022219003	FAJAR APRILLIYAN CAHYONO	85.71	87.00	95.00	77.00	82.00	87.07	A
37	2023217007	RAFI ARRASYID	92.86	70.00	96.00	82.00	80.00	87.09	A

Pengisian nilai untuk kelas ini ditutup pada Selasa, 11 Februari 2025 oleh 0321046202



PERANAN TIK-TOK @VMULIANA DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI PEKERJAAN FOLLOWERS

Supriadi^{*1}, Nala Octaviansyah², Sumiyati³

^{1,2,3} Universitas Sahid Jakarta, Indonesia

Corresponding Author: supriadihatta0706@gmail.com

<p>Info Article</p> <p>Received : 02 Oktober 2024</p> <p>Revised : 04 November 2024</p> <p>Accepted : 01 Desember 2024</p> <p>Publication : 30 Desember 2024</p>	<p>Abstract: <i>Social media is classified as new media in the mass media group. The purpose of the study was to determine the role of the @Vmulliana account in fulfilling job information needs. The research method is a descriptive survey method with a quantitative approach. The sampling technique used simple random sampling. The results showed (1) the Tiktok @Vmulliana account as media has a big role in fulfilling user information needs. (2) @Vmulliana account can function as an information media according to the needs of the audience, so that users feel satisfied after using @Vmulliana account. (3) Socio-psychological factors (seeking job information) encourage followers to use the @Vmulliana account as a medium for information about job vacancies. (3) The information in the @Vmulliana content is considered varied and easy for followers to understand. (4) The credibility of the information is based on Vina Mulliana's work experience which is explained in detail and structured. (5). Interest in information is shown by positive feedback from followers, comments, likes, shares, and many reposts. This shows that followers like the content as an addition to job knowledge.</i></p>
<p>Keywords: <i>Role, Uses And Gratification, Tiktok, Followers</i></p> <p>Kata Kunci : <i>Peranan, Uses And Gratification , Tiktok, Followers</i></p>	
<p>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</p> 	<p>Abstrak : Media sosial tergolong media baru dalam golongan media massa. Tujuan penelitian adalah mengetahui peranan akun @Vmulliana dalam memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan. Metode penelitian adalah metode survey deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>simple random sampling</i>. Hasil penelitian menunjukkan (1) akun Tiktok @Vmulliana sebagai media mempunyai peranan besar dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna. (2) akun @Vmulliana dapat berfungsi sebagai media informasi sesuai dengan kebutuhan khalayak, sehingga pengguna merasa puas setelah menggunakan akun @Vmulliana. (3) Faktor sosial psikologis (mencari informasi pekerjaan) mendorong followers menggunakan akun @Vmulliana sebagai media informasi tentang lowongan pekerjaan. (3) Informasi dalam konten @Vmulliana dinilai bervariasi dan mudah dipahami oleh followers. (4) Kredibilitas informasi didasarkan pada pengalaman kerja Vina Mulliana yang dijelaskan secara rinci dan terstruktur. (5). Ketertarikan terhadap informasi ditunjukkan dengan feedback positif dari followers, komentar, like, share, dan repost yang banyak. Hal ini menunjukkan bahwa followers menyukai konten sebagai penambah pengetahuan pekerjaan.</p>

INTRODUCTION

Perkembangan zaman era modern memberikan dampak positif terhadap perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Di era digital ini berkembang berbagai *platform* media baru yang dapat digunakan oleh berbagai kelompok atau individu untuk menyebarkan informasi. Di lain pihak bagi anggota masyarakat semakin mudah dan cepat untuk mendapatkan beraneka ragam informasi yang dibutuhkan. Media mempunyai fungsi selain sebagai sarana untuk memperoleh pendidikan, hiburan, dan motivasi juga untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan individu atau anggota masyarakat. Seperti yang dikemukakan oleh para ahli antara lain Severin & Tankard (2007) yang mengemukakan bahwa media berpengaruh terhadap aspek kognitif (pengetahuan, pemahaman), afektif (emosi, perasaan, motivasi) dan konatif (tindakan). Effendy (2003) mengemukakan bahwa media mempunyai fungsi informasi, pendidikan, hiburan dan mempengaruhi. Sementara itu McQuail (2011) menyebutkan bahwa penggunaan media dipengaruhi oleh faktor kebutuhan, kepuasan atau motif pengguna atau khalayak.

Penelitian ini merupakan kajian komunikasi massa. Secara sederhana komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa. Bittner dalam Rakhmat (2021) mengemukakan bahwa : *“massa communication is messages communicated through a massmedium to a large number of people”* yaitu “bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang. Salah satu fungsi dari komunikasi massa adalah untuk menyampaikan menginformasi kepada anggota khalayak, dengan adanya informasi di media seseorang dapat dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkannya.

Pengembangan teknologi ini dimanfaatkan oleh kelompok yang tertarik pada komunikasi dan informasi, memberikan keuntungan bagi penggunaannya. Kemajuan teknologi informasi memungkinkan komunikasi jarak jauh, baik secara verbal maupun non-verbal. Perusahaan juga memanfaatkan perkembangan ini untuk menciptakan program atau aplikasi baru yang mendukung kemudahan komunikasi.

Media sekarang ini terbagi menjadi dua yaitu media konvensional dan media baru. Media konvensional meliputi surat kabar, radio, televisi dan film. Media baru berbasis internet seperti media sosial. Sementara itu agar tidak ditinggalkan para pembaca (surat kabar), pendengar (radio), penonton (film) dan pemirsa (televisi), maka media konvensional melakukan metamorfosis memanfaatkan internet menjadi media digital, sehingga media konvensional ini tetap dapat digunakan pengguna

internet. Salah satu *platform* media sosial adalah Tiktok. Dalam tulisan Wahyuningsih dalam Bisnis.com, Juli 2024 disebutkan bahwa saat ini Tiktok merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan di dunia, dan Indonesia merupakan pengguna terbesar setelah Amerika Serikat. Secara berurutan lima negara pengguna Tiktok terbesar adalah Indonesia (157,6%), Amerika Serikat (120,5%), Brasil (105,2%), Meksiko (77,54%), Vietnam(65,64%). Sementara di Indonesia dalam tulisan Annur (DATA. BOX, Maret 2024) menyebutkan bahwa Tiktok menempati urutan keempat setelah WhatsApp digunakan oleh 90,9% pengguna internet di Indonesia kemudian Instagram 85,3% pengguna, Facebook 81,6% pengguna, Tiktok 73,5% pengguna dan Telegram 61,3% pengguna. Beragam jenis media sosial merupakan sebuah tanda dari perkembangan teknologi dalam mencari informasi.

Aplikasi Tiktok menjadi media sosial yang populer dan terlaris pada tahun 2023, setelah dikenalkan kepada pengguna pada 2016 sebagai Douyin. Didirikan oleh Zhang Yimin dari China, Tiktok mengalami perkembangan pesat dan menarik minat masyarakat global. Tiktok terus meningkat dengan 87 juta unduhan pada Juni 2020, meningkat 52,7% dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebelum pandemi. Media sosial seperti Tik-tok menjadi wadah untuk *content creator* agar lebih mudah menyampaikan informasi ataupun hanya sekedar untuk kesenangan pribadi.

Salah satu akun Tiktok adalah akun Tik-tok @Vmuliana atau pemiliknya dikenal sebagai Vina Muliana, beliau sebagai salah satu *content creator* dan juga memiliki pengalaman kerja yang cukup banyak di dunia industri yang sekarang beliau sedang bekerja juga di perusahaan besar yaitu BUMN. Akun Tik-tok tersebut menjadi media informasi dan komunikasi antara pemilik akun dan *followers*. Akun ini menyajikan informasi yang berkaitan dengan pekerjaan yang berguna bagi pengguna atau khalayak.

Perkembangan media baru membawa konsekuensi pergeseran serta perubahan dalam penggunaan media. Selain itu sifat penyebaran pesan melalui media baru berlangsung sangat cepat, serempak, dan luas, hal ini mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Seperti yang disebutkan sebelumnya media baik konvensional maupun media baru mempunyai fungsi dan peran sebagai media informasi. Penggunaan media oleh khalayak dipengaruhi oleh faktor kebutuhan atau motif yang ada pada diri khalayak. Salah satu teori yang berbicara tentang penggunaan media adalah teori Uses and Gratifications. Teori Uses and Gratification (teori penggunaan dan kepuasan) berpandangan bahwa penggunaan media oleh

khalayak didorong oleh motif tertentu, salah satunya adalah motif informasi atau pengetahuan. Penggunaan media diharapkan dapat memenuhi kebutuhan akan informasi atau keingintahuannya. Pemenuhan kebutuhan akan informasi atau keingintahuannya adalah kepuasan terhadap informasi yang diperolehnya. Pendekatan *Uses and Gratifications* menekankan bahwa orang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan mereka, baik itu kebutuhan informasional, hiburan, sosial, atau psikologis. Dalam konteks ini, individu dianggap sebagai pemilih yang rasional, yang aktif mencari, memilih, dan menginterpretasikan media sesuai dengan preferensi dan tujuan pribadimereka. Teori *Uses and Gratifications* dapat digunakan untuk memahami motivasi di balik konsumsi media dan membantu peneliti dan praktisi media untuk merancang konten yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan audiens mereka.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan yang menggunakan teori *Uses and Gratifications* antara lain penelitian yang dilakukan oleh Zhang dan Wang (2022) tentang motif penggunaan media tiktok, dengan pendekatan kualitatif. Penelitian Al-Rawi (2020), dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications* meneliti tentang sikap pengguna terhadap Instagram di Indonesia. Pendekatan kuantitatif. Penelitian Nugroho dan Widyastuti (2020) dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan pendekatan studi kasus meneliti tentang Penggunaan Tiktok sebagai media Hiburan. Penelitian Hastuti dan Nugroho (2022) dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* dan pendekatan meneliti tentang Pengaruh TikTok terhadap Perilaku Sosial Remaja.

Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsep yang diteliti adalah tentang motif, sikap, aspek hiburan dan aspek perilaku sosial dikaitkan dengan peranan baik instagram maupun Tiktok. Dengan demikian beberapa penelitian terdahulu tersebut ada perbedaan dibandingkan dengan penelitian peneliti yaitu penelitian ini meneliti tentang peranan akun Tiktok @Vmuliana dalam memenuhi kebutuhan informasi followers. Dengan demikian perbedaannya bahwa penelitian ini meneliti media sosial sebagai media informasi bagi *followers*. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang peranan akun Tiktok @Vmuliana dalam memenuhi informasi pekerjaan followers.

METHOD

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambar

kan sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Abdullah, 2015, hlm. 220). Metode deskriptif kuantitatif digunakan karena metode ini dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau mendeskripsikan suatu keadaan secara objektif (Prasko, Santoso, & Sutomo, 2016, hlm.54).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Yang menjadi populasi adalah *followers* akun tiktok Vina Muliana (tiktok @Vmuliana) yang berjumlah 7.900.000 pengikut. Untuk mendapatkan jumlah sampel digunakan rumus Yamane (Rakhmat, 2007). Dengan rumus tersebut didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang *followers*. Penyebaran angket dilakukan secara *online* dengan menggunakan *googleform*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Analisis deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang peranan akun Tiktok @Vmuliana dalam memenuhi informasi pekerjaan *followers*.

Untuk memperoleh gambaran bagaimana peranan akun @Vmuliana dalam memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan *followers* dikemukakan beberapa indikator sebagai penjabaran dari konsep yang diteliti. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1. Frekuensi dalam mengakses akun tiktok@Vmuliana.
2. Informasi yang biasa *followers* cari pada akun tiktok @Vmuliana mengenai informasi pekerjaan
3. Konten yang memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan bagi *followers*.
4. Konten yang memenuhi kebutuhan informasi persiapan interview kerja yang baik dan benar.
5. Konten yang mengedukasi dalam pembuatan surat lamaran pekerjaan.
6. Persiapan diri untuk pertanyaan-pertanyaan seputar lowongan yang dilamar.

Akumulasi skor keenam indikator tersebut diklasifikasikan menjadi empat kategori yaitu sangat berperan, berperan, cukup berperan dan kurang berperan. Kategori-kategori skor tersebut mencerminkan variasi dan tingkatan peranan akun Tiktok @Vmuliana bagi *followers* dalam memenuhi informasi pekerjaan. tiktok @Vmuliana dalam memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan *followers* yang mencari apakah peranan vina muliana berperan dalam penambahan informasi seputar pekerjaan untuk *followers* di akun sosial mediana terutama tiktok yang menyajikan konten-konten

mengenai pekerjaan

RESULT AND DISCUSSION

Results

Peranan Tiktok @Vmuliana dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pekerjaan followers.

Tabel 3.1 Kategori Peran Tiktok @Vmuliana

Kategori	f	%
Sangat berperan	25	25%
Berperan	32	32%
Cukup berperan	38	38%
Kurang berperan	3	3%
Tidak berperan	2	2%
total	100	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden 38% termasuk kategori cukup berperan. Artinya 38% responden menyatakan bahwa akun Tiktok @Vmuliana cukup berperan dalam menyediakan informasi tentang pekerjaan followers. Akan tetapi jika dilihat sebaran data dalam kategori-kategori tersebut maka dapat dikemukakan bahwa sebaran data banyak berkumpul di kategori-kategori positif, yaitu sangat berperan, berperan dan cukup berperan. Jika ketiga kategori positif tersebut digabung maka persentasinya menjadi 95%. Dapat dikatakan 95% responden memberi penilaian positif tentang peranan akun Tiktok @Vmuliana dalam memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan. Sedangkan kategori-kategori negatif yaitu kurang berperan dan tidak berperan persentasenya sedikit sekali hanya 5 %, sehingga dapat dikatakan bahwa hanya 5% responden yang memberi penilaian negatif tentang peranan akun Tiktok @Vmuliana dalam memenuhi informasi pekerjaan.

Dari analisis tersebut dapat dikemukakan bahwa akun Tiktok @Vmuliana memiliki peranan besar dalam memenuhi kebutuhan informasi followers. Akun tersebut bermanfaat bagi followers sebagai media untuk mencari informasi lanjutan yang berkaitan dengan pekerjaan yang dibutuhkan oleh followers.

Littlejohn dkk (2011) mengemukakan bahwa teori *uses and gratifications* memandang bahwa dalam penggunaan media khalayak bersifat aktif dalam memilih

media dan pesan yang dikonsumsi, diarahkan oleh tujuan yang dipengaruhi faktor kondisi sosial psikologis. Yang menjadi efek penggunaan media adalah kepuasan tercapainya tujuan atau terpenuhinya kebutuhan. Teori ini juga memandang bahwa media harus membuat isi media/komunikasi yang berkualitas dan disesuaikan dengan kebutuhan khalayak penggunaannya.

Followers akun @Vmuliana adalah *freshgraduate* dan orang-orang yang membutuhkan informasi tentang pekerjaan. Mereka terdorong untuk aktif mencari dan memilih informasi dari berbagai media yang ada, demikian juga memilih informasi atau konten yang sesuai dengan kebutuhannya sebagai kelompok yang membutuhkan informasi tentang pekerjaan dan lain-lain informasi yang berkaitan dengan melamar pekerjaan.

Akun Tiktok @Vmuliana sebagai media informasi harus menyajikan informasi yang berkualitas, sehingga akun dan informasinya atau kontennya menjadi pilihan yang dikonsumsi oleh *followersnya*, sehingga *followersnya* akan memperoleh kepuasan atas informasi yang didapat dari akun tersebut. Dalam pandangan teori *Uses dan Gratifications* dikatakan bahwa media yang dinilai kredible adalah media yang menyediakan informasi yang dibutuhkan, menarik, yang lengkap dan akurat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @Vmuliana menyajikan informasi yang berkualitas, menarik, lengkap dan memenuhi kebutuhan informasi bagi penggunaannya. Dari hasil penelitian dapat dikemukakan beberapa hal yang berkaitan dengan informasi yang disediakan dalam akun @Vmuliana yaitu sebagai berikut:

1. Akun TikTok @Vmuliana sering diakses oleh followers, menandakan bahwa kontennya menarik dan memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan. Followers senang mengakses akun tersebut untuk berbagai keperluan.
2. Informasi dalam konten akun @Vmuliana dianggap bervariasi, mudah dipahami, dan dapat dipercaya. Pengalaman kerja Vina Muliana yang dijelaskan rinci dan terstruktur dalam kontennya memberikan tambahan pengetahuan pekerjaan kepada followers.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @Vmuliana cukup berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan followers. Kreativitas dalam penyajian konten sesuai dengan kebutuhan followers, meskipun beberapa followers mengalami kesulitan memahaminya.

4. Peranan Vina Muliana di akun TikToknya mendapat feedback positif dari followers, terlihat dari komentar positif dan interaksi seperti like, share, dan repost yang banyak. Followers menyukai kontennya sebagai penambahan informasi pekerjaan karena bahasa yang jelas dan pemahaman yang baik.
5. Akun @Vmulliana memberikan informasi tips dalam menjalani wawancara pekerjaan, dan pembuatan lamaran kerja.

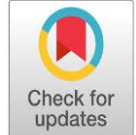
CONCLUSION

Berdasarkan analisis dan pembahasan dapat dikemukakan bahwa (1) akun Tiktok @Vmulliana sebagai media mempunyai peranan besar dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna. (2) akun @Vmulliana dapat berfungsi sebagai media informasi sesuai dengan kebutuhan khalayak, sehingga pengguna merasa puas setelah menggunakan akun @Vmulliana. (3) Faktor sosial psikologis (mencari informasi pekerjaan) mendorong followers menggunakan akun @Vmulliana sebagai media informasi tentang lowongan pekerjaan. (3) Informasi dalam konten @Vmulliana dinilai bervariasi dan mudah dipahami oleh followers. (4) Kredibilitas informasi didasarkan pada pengalaman kerja Vina Muliana yang dijelaskan secara rinci dan terstruktur. (5) Ketertarikan terhadap informasi ditunjukkan dengan feedback positif dari followers, komentar, like, share, dan repost yang banyak. Hal ini menunjukkan bahwa followers menyukai konten sebagai penambah pengetahuan pekerjaan.

REFERENCES

- Al-Rawi A, (2020), USES AND GRATIFICATIONS OF TIKTOK: AN EXPLORATORY STUDY, *Jurnal Social Media and Society*.
- Andipate, A. A. (2015). *PARADIGMA BARU PUBLIC RELATIONS: TEORI, STRATEGI, DAN,RISET*. Pustaka Indonesia Jakarta.
- Cahyono, A. (2019). *MENCIPTAKAN SEBUAH KEKUATAN KOMUNIKASI EFEKTIF: UNGGUL BERKOMUNIKASI*. Uwais InspirasiIndonesia.
- Cangara, H. (2016). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Rajagrafindo Persada.
- Effendi, Onong Uchyana (2007), *ILMU, TEORI DAN FILSAFAT KOMUNIKASI*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

- Hastuti, dan Nugroho Y, (2022), PENGARUH TIKTOK TERHADAP PERILAKU SOSIAL REMAJA: PERSPEKTIF USES AND GRATIFICATIONS, *Jurnal Psikologi*.
- Koesomowidjojo, S. R. M. I. (2021). DASAR- DASAR KOMUNIKASI. Bhuana Ilmu Popular.
- Littlejohn, Stephen W dkk (2011) THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION, Waveland Press, Inc, Illinois.
- McQuail, Denis (2011), TEORI KOMUNIKASI MASSA, TERJEMAH PUTRI EVA IZZATI, Salemba Humanika, Jakarta
- Mulyana, Deddy (2012). KOMUNIKASI MASSA.
- Nugroho, R.F., dan Widyastuti A, (2020), PENGGUNAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA HIBURAN: STUDI KASUS MAHASISWA, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.14, No.2. Widjaya Padjajaran, Bandung.
- Qomariyah, N. (2023, September 12). PROFIL VINA MULIANA DAN PERJALANAN KARIERNYA HINGGA SEKARANG. *Tempo*.<https://seleb.tempo.co/read/1771269/profil-vina-muliana-dan-perjalanan-kariernya-hingga-sekarang>.
- Rakhmat, Jalaluddin, (2021), PSIKOLOGI KOMUNIKASI, Edisi Revisi, Simbiosis, Bandung.
- Severin dan Tankard, (2007), TEORI KOMUNIKASI, SEJARAH, METODE, DAN TERAPAN DALAM MEDIA MASSA, Terjemah Sugeng Hariyanto, Edisi Kelima, Prenada Media, Jakarta.
- Velix. (2023). SEJARAH AWAL KEMUNCULAN TIKTOK DAN PERKEMBANGANNYA. *Katadata.com*.
- Wardani, N. P. V. S., Yohanes, Y. T. S., & Fathullah, A. D. T. (2023). PENGARUH KONTEN TIKTOK DR. YESSICA TANIA (@DR.ZIEE) TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN REMAJA MENGENAI KESEHATAN KULIT WAJAH. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi Universitas Mataram*, 4(2), 18–25.
- Zhang Y dan Wang J, (2022), USER'S MITIVATIONS, AND GRATIFICATIONS, *JURNAL CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING*, Vol.23, N0.10. https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia?utm_source=chatgpt.com, pukul 9.30.



PERANAN TIK-TOK @VMULIANA DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI PEKERJAAN FOLLOWERS

Supriadi^{*1}, Nala Octaviansyah², Sumiyati³

^{1,2,3} Universitas Sahid Jakarta, Indonesia

Corresponding Author: supriadihatta0706@gmail.com

<p>Info Article</p> <p>Received : 02 Oktober 2024</p> <p>Revised : 04 November 2024</p> <p>Accepted : 01 Desember 2024</p> <p>Publication : 30 Desember 2024</p>	<p>Abstract: <i>Social media is classified as new media in the mass media group. The purpose of the study was to determine the role of the @Vmuliana account in fulfilling job information needs. The research method is a descriptive survey method with a quantitative approach. The sampling technique used simple random sampling. The results showed (1) the Tiktok @Vmuliana account as media has a big role in fulfilling user information needs. (2) @Vmuliana account can function as an information media according to the needs of the audience, so that users feel satisfied after using @Vmuliana account. (3) Socio-psychological factors (seeking job information) encourage followers to use the @Vmuliana account as a medium for information about job vacancies. (3) The information in the @Vmuliana content is considered varied and easy for followers to understand. (4) The credibility of the information is based on Vina Muliana's work experience which is explained in detail and structured. (5). Interest in information is shown by positive feedback from followers, comments, likes, shares, and many reposts. This shows that followers like the content as an addition to job knowledge.</i></p>
<p>Keywords: <i>Role, Uses And Gratification, Tiktok, Followers</i></p> <p>Kata Kunci : <i>Peranan, Uses And Gratification , Tiktok, Followers</i></p>	
<p>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</p> 	<p>Abstrak : Media sosial tergolong media baru dalam golongan media massa. Tujuan penelitian adalah mengetahui peranan akun @Vmuliana dalam memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan. Metode penelitian adalah metode survey deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>simple random sampling</i>. Hasil penelitian menunjukkan (1) akun Tiktok @Vmuliana sebagai media mempunyai peranan besar dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna. (2) akun @Vmuliana dapat berfungsi sebagai media informasi sesuai dengan kebutuhan khalayak, sehingga pengguna merasa puas setelah menggunakan akun @Vmuliana. (3) Faktor sosial psikologis (mencari informasi pekerjaan) mendorong followers menggunakan akun @Vmuliana sebagai media informasi tentang lowongan pekerjaan. (3) Informasi dalam konten @Vmuliana dinilai bervariasi dan mudah dipahami oleh followers. (4) Kredibilitas informasi didasarkan pada pengalaman kerja Vina Muliana yang dijelaskan secara rinci dan terstruktur. (5). Ketertarikan terhadap informasi ditunjukkan dengan feedback positif dari followers, komentar, like, share, dan repost yang banyak. Hal ini menunjukkan bahwa followers menyukai konten sebagai penambah pengetahuan pekerjaan.</p>

INTRODUCTION

Perkembangan zaman era modern memberikan dampak positif terhadap perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Di era digital ini berkembang berbagai *platform* media baru yang dapat digunakan oleh berbagai kelompok atau individu untuk menyebarkan informasi. Di lain pihak bagi anggota masyarakat semakin mudah dan cepat untuk mendapatkan beraneka ragam informasi yang dibutuhkan. Media mempunyai fungsi selain sebagai sarana untuk memperoleh pendidikan, hiburan, dan motivasi juga untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan individu atau anggota masyarakat. Seperti yang dikemukakan oleh para ahli antara lain Severin & Tankard (2007) yang mengemukakan bahwa media berpengaruh terhadap aspek kognitif (pengetahuan, pemahaman), afektif (emosi, perasaan, motivasi) dan konatif (tindakan). Effendy (2003) mengemukakan bahwa media mempunyai fungsi informasi, pendidikan, hiburan dan mempengaruhi. Sementara itu McQuail (2011) menyebutkan bahwa penggunaan media dipengaruhi oleh faktor kebutuhan, kepuasan atau motif pengguna atau khalayak.

Penelitian ini merupakan kajian komunikasi massa. Secara sederhana komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa. Bittner dalam Rakhmat (2021) mengemukakan bahwa : *“massa communication is messages communicated through a massmedium to a large number of people”* yaitu “bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang. Salah satu fungsi dari komunikasi massa adalah untuk menyampaikan menginformasi kepada anggota khalayak, dengan adanya informasi di media seseorang dapat dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkannya.

Pengembangan teknologi ini dimanfaatkan oleh kelompok yang tertarik pada komunikasi dan informasi, memberikan keuntungan bagi penggunaannya. Kemajuan teknologi informasi memungkinkan komunikasi jarak jauh, baik secara verbal maupun non-verbal. Perusahaan juga memanfaatkan perkembangan ini untuk menciptakan program atau aplikasi baru yang mendukung kemudahan komunikasi.

Media sekarang ini terbagi menjadi dua yaitu media konvensional dan media baru. Media konvensional meliputi surat kabar, radio, televisi dan film. Media baru berbasis internet seperti media sosial. Sementara itu agar tidak ditinggalkan para pembaca (surat kabar), pendengar (radio), penonton (film) dan pemirsa (televisi), maka media konvensional melakukan metamorfosis memanfaatkan internet menjadi media digital, sehingga media konvensional ini tetap dapat digunakan pengguna

internet. Salah satu *platform* media sosial adalah Tiktok. Dalam tulisan Wahyuningsih dalam Bisnis.com, Juli 2024 disebutkan bahwa saat ini Tiktok merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan di dunia, dan Indonesia merupakan pengguna terbesar setelah Amerika Serikat. Secara berurutan lima negara pengguna Tiktok terbesar adalah Indonesia (157,6%), Amerika Serikat (120,5%), Brasil (105,2%), Meksiko (77,54%), Vietnam(65,64%). Sementara di Indonesia dalam tulisan Annur (DATA. BOX, Maret 2024) menyebutkan bahwa Tiktok menempati urutan keempat setelah WhatsApp digunakan oleh 90,9% pengguna internet di Indonesia kemudian Instagram 85,3% pengguna, Facebook 81,6% pengguna, Tik Tok 73,5% pengguna dan Telegram 61,3% pengguna. Beragam jenis media sosial merupakan sebuah tanda dari perkembangan teknologi dalam mencari informasi.

Aplikasi Tik Tok menjadi media sosial yang populer dan terlaris pada tahun 2023, setelah dikenalkan kepada pengguna pada 2016 sebagai Douyin. Didirikan oleh Zhang Yimin dari China, Tik Tok mengalami perkembangan pesat dan menarik minat masyarakat global. Tik Tok terus meningkat dengan 87 juta unduhan pada Juni 2020, meningkat 52,7% dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebelum pandemi. Media sosial seperti Tik-tok menjadi wadah untuk *content creator* agar lebih mudah menyampaikan informasi ataupun hanya sekedar untuk kesenangan pribadi.

Salah satu akun Tiktok adalah akun Tik-tok @Vmuliana atau pemiliknya dikenal sebagai Vina Muliana, beliau sebagai salah satu *content creator* dan juga memiliki pengalaman kerja yang cukup banyak di dunia industri yang sekarang beliau sedang bekerja juga di perusahaan besar yaitu BUMN. Akun Tik-tok tersebut menjadi media informasi dan komunikasi antara pemilik akun dan *followers*. Akun ini menyajikan informasi yang berkaitan dengan pekerjaan yang berguna bagi pengguna atau khalayak.

Perkembangan media baru membawa konsekuensi pergeseran serta perubahan dalam penggunaan media. Selain itu sifat penyebaran pesan melalui media baru berlangsung sangat cepat, serempak, dan luas, hal ini mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Seperti yang disebutkan sebelumnya media baik konvensional maupun media baru mempunyai fungsi dan peran sebagai media informasi. Penggunaan media oleh khalayak dipengaruhi oleh faktor kebutuhan atau motif yang ada pada diri khalayak. Salah satu teori yang berbicara tentang penggunaan media adalah teori Uses and Gratifications. Teori Uses and Gratification (teori penggunaan dan kepuasan) berpandangan bahwa penggunaan media oleh

khalayak didorong oleh motif tertentu, salah satunya adalah motif informasi atau pengetahuan. Penggunaan media diharapkan dapat memenuhi kebutuhan akan informasi atau keingintahuannya. Pemenuhan kebutuhan akan informasi atau keingintahuannya adalah kepuasan terhadap informasi yang diperolehnya. Pendekatan *Uses and Gratifications* menekankan bahwa orang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan mereka, baik itu kebutuhan informasional, hiburan, sosial, atau psikologis. Dalam konteks ini, individu dianggap sebagai pemilih yang rasional, yang aktif mencari, memilih, dan menginterpretasikan media sesuai dengan preferensi dan tujuan pribadimereka. Teori *Uses and Gratifications* dapat digunakan untuk memahami motivasi di balik konsumsi media dan membantu peneliti dan praktisi media untuk merancang konten yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan audiens mereka.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan yang menggunakan teori *Uses and Gratifications* antara lain penelitian yang dilakukan oleh Zhang dan Wang (2022) tentang motif penggunaan media tiktok, dengan pendekatan kualitatif. Penelitian Al-Rawi (2020), dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications* meneliti tentang sikap pengguna terhadap Instagram di Indonesia. Pendekatan kuantitatif. Penelitian Nugroho dan Widyastuti (2020) dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan pendekatan studi kasus meneliti tentang Penggunaan Tiktok sebagai media Hiburan. Penelitian Hastuti dan Nugroho (2022) dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* dan pendekatan meneliti tentang Pengaruh TikTok terhadap Perilaku Sosial Remaja.

Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsep yang diteliti adalah tentang motif, sikap, aspek hiburan dan aspek perilaku sosial dikaitkan dengan peranan baik instagram maupun Tiktok. Dengan demikian beberapa penelitian terdahulu tersebut ada perbedaan dibandingkan dengan penelitian peneliti yaitu penelitian ini meneliti tentang peranan akun Tiktok @Vmuliana dalam memenuhi kebutuhan informasi followers. Dengan demikian perbedaannya bahwa penelitian ini meneliti media sosial sebagai media informasi bagi *followers*. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang peranan akun Tiktok @Vmuliana dalam memenuhi informasi pekerjaan followers.

METHOD

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambar

kan sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Abdullah, 2015, hlm. 220). Metode deskriptif kuantitatif digunakan karena metode ini dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau mendeskripsikan suatu keadaan secara objektif (Prasko, Santoso, & Sutomo, 2016, hlm.54).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Yang menjadi populasi adalah *followers* akun tiktok Vina Muliana (tiktok @Vmuliana) yang berjumlah 7.900.000 pengikut. Untuk mendapatkan jumlah sampel digunakan rumus Yamane (Rakhmat, 2007). Dengan rumus tersebut didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang *followers*. Penyebaran angket dilakukan secara *online* dengan menggunakan *googleform*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Analisis deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang peranan akun Tiktok @Vmuliana dalam memenuhi informasi pekerjaan *followers*.

Untuk memperoleh gambaran bagaimana peranan akun @Vmuliana dalam memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan *followers* dikemukakan beberapa indikator sebagai penjabaran dari konsep yang diteliti. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1. Frekuensi dalam mengakses akun tiktok@Vmuliana.
2. Informasi yang biasa *followers* cari pada akun tiktok @Vmuliana mengenai informasi pekerjaan
3. Konten yang memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan bagi *followers*.
4. Konten yang memenuhi kebutuhan informasi persiapan interview kerja yang baik dan benar.
5. Konten yang mengedukasi dalam pembuatan surat lamaran pekerjaan.
6. Persiapan diri untuk pertanyaan-pertanyaan seputar lowongan yang dilamar.

Akumulasi skor keenam indikator tersebut diklasifikasikan menjadi empat kategori yaitu sangat berperan, berperan, cukup berperan dan kurang berperan. Kategori-kategori skor tersebut mencerminkan variasi dan tingkatan peranan akun Tiktok @Vmuliana bagi *followers* dalam memenuhi informasi pekerjaan. tiktok @Vmuliana dalam memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan *followers* yang mencari apakah peranan vina muliana berperan dalam penambahan informasi seputar pekerjaan untuk *followers* di akun sosial mediana terutama tiktok yang menyajikan konten-konten

mengenai pekerjaan

RESULT AND DISCUSSION

Results

Peranan Tiktok @Vmuliana dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pekerjaan followers.

Tabel 3.1 Kategori Peran Tiktok @Vmuliana

Kategori	f	%
Sangat berperan	25	25%
Berperan	32	32%
Cukup berperan	38	38%
Kurang berperan	3	3%
Tidak berperan	2	2%
total	100	100%

Sumber : Kuesioner

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden 38% termasuk kategori cukup berperan. Artinya 38% responden menyatakan bahwa akun Tiktok @Vmuliana cukup berperan dalam menyediakan informasi tentang pekerjaan followers. Akan tetapi jika dilihat sebaran data dalam kategori-kategori tersebut maka dapat dikemukakan bahwa sebaran data banyak berkumpul di kategori-kategori positif, yaitu sangat berperan, berperan dan cukup berperan. Jika ketiga kategori positif tersebut digabung maka persentasinya menjadi 95%. Dapat dikatakan 95% responden memberi penilaian positif tentang peranan akun Tiktok @Vmuliana dalam memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan. Sedangkan kategori-kategori negatif yaitu kurang berperan dan tidak berperan persentasenya sedikit sekali hanya 5 %, sehingga dapat dikatakan bahwa hanya 5% responden yang memberi penilaian negatif tentang peranan akun Tiktok @Vmuliana dalam memenuhi informasi pekerjaan.

Dari analisis tersebut dapat dikemukakan bahwa akun Tiktok @Vmuliana memiliki peranan besar dalam memenuhi kebutuhan informasi followers. Akun tersebut bermanfaat bagi followers sebagai media untuk mencari informasi lanjutan yang berkaitan dengan pekerjaan yang dibutuhkan oleh followers.

Littlejohn dkk (2011) mengemukakan bahwa teori *uses and gratifications* memandang bahwa dalam penggunaan media khalayak bersifat aktif dalam memilih

media dan pesan yang dikonsumsi, diarahkan oleh tujuan yang dipengaruhi faktor kondisi sosial psikologis. Yang menjadi efek penggunaan media adalah kepuasan tercapainya tujuan atau terpenuhinya kebutuhan. Teori ini juga memandang bahwa media harus membuat isi media/komunikasi yang berkualitas dan disesuaikan dengan kebutuhan khalayak penggunanya.

Followers akun @Vmuliana adalah *freshgraduate* dan orang-orang yang membutuhkan informasi tentang pekerjaan. Mereka terdorong untuk aktif mencari dan memilih informasi dari berbagai media yang ada, demikian juga memilih informasi atau konten yang sesuai dengan kebutuhannya sebagai kelompok yang membutuhkan informasi tentang pekerjaan dan lain-lain informasi yang berkaitan dengan melamar pekerjaan.

Akun Tiktok @Vmuliana sebagai media informasi harus menyajikan informasi yang berkualitas, sehingga akun dan informasinya atau kontennya menjadi pilihan yang dikonsumsi oleh *followersnya*, sehingga *followersnya* akan memperoleh kepuasan atas informasi yang didapat dari akun tersebut. Dalam pandangan teori *Uses dan Gratifications* dikatakan bahwa media yang dinilai kredible adalah media yang menyediakan informasi yang dibutuhkan, menarik, yang lengkap dan akurat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @Vmuliana menyajikan informasi yang berkualitas, menarik, lengkap dan memenuhi kebutuhan informasi bagi penggunanya. Dari hasil penelitian dapat dikemukakan beberapa hal yang berkaitan dengan informasi yang disediakan dalam akun @Vmuliana yaitu sebagai berikut:

1. Akun TikTok @Vmuliana sering diakses oleh followers, menandakan bahwa kontennya menarik dan memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan. Followers senang mengakses akun tersebut untuk berbagai keperluan.
2. Informasi dalam konten akun @Vmuliana dianggap bervariasi, mudah dipahami, dan dapat dipercaya. Pengalaman kerja Vina Muliana yang dijelaskan rinci dan terstruktur dalam kontennya memberikan tambahan pengetahuan pekerjaan kepada followers.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @Vmuliana cukup berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan followers. Kreativitas dalam penyajian konten sesuai dengan kebutuhan followers, meskipun beberapa followers mengalami kesulitan memahaminya.

4. Peranan Vina Muliana di akun TikToknya mendapat feedback positif dari followers, terlihat dari komentar positif dan interaksi seperti like, share, dan repost yang banyak. Followers menyukai kontennya sebagai penambahan informasi pekerjaan karena bahasa yang jelas dan pemahaman yang baik.
5. Akun @Vmulliana memberikan informasi tips dalam menjalani wawancara pekerjaan, dan pembuatan lamaran kerja.

CONCLUSION

Berdasarkan analisis dan pembahasan dapat dikemukakan bahwa (1) akun Tiktok @Vmulliana sebagai media mempunyai peranan besar dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna. (2) akun @Vmulliana dapat berfungsi sebagai media informasi sesuai dengan kebutuhan khalayak, sehingga pengguna merasa puas setelah menggunakan akun @Vmulliana. (3) Faktor sosial psikologis (mencari informasi pekerjaan) mendorong followers menggunakan akun @Vmulliana sebagai media informasi tentang lowongan pekerjaan. (3) Informasi dalam konten @Vmulliana dinilai bervariasi dan mudah dipahami oleh followers. (4) Kredibilitas informasi didasarkan pada pengalaman kerja Vina Muliana yang dijelaskan secara rinci dan terstruktur. (5) Ketertarikan terhadap informasi ditunjukkan dengan feedback positif dari followers, komentar, like, share, dan repost yang banyak. Hal ini menunjukkan bahwa followers menyukai konten sebagai penambah pengetahuan pekerjaan.

REFERENCES

- Al-Rawi A, (2020), USES AND GRATIFICATIONS OF TIKTOK: AN EXPLORATORY STUDY, Jurnal Social Media and Society.
- Andipate, A. A. (2015). PARADIGMA BARU PUBLIC RELATIONS: TEORI, STRATEGI, DAN,RISET. Pustaka Indonesia Jakarta.
- Cahyono, A. (2019). MENCIPTAKAN SEBUAH KEKUATAN KOMUNIKASI EFEKTIF: UNGGUL BERKOMUNIKASI. Uwais InspirasiIndonesia.
- Cangara, H. (2016). PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI. Rajagrafindo Persada.
- Effendi, Onong Uchyana (2007), ILMU, TEORI DAN FILSAFAT KOMUNIKASI, Citra Aditya Bakti, Bandung.

- Hastuti, dan Nugroho Y, (2022), PENGARUH TIKTOK TERHADAP PERILAKU SOSIAL REMAJA: PERSPEKTIF USES AND GRATIFICATIONS, *Jurnal Psikologi*.
- Koesomowidjojo, S. R. M. I. (2021). DASAR- DASAR KOMUNIKASI. Bhuana Ilmu Popular.
- Littlejohn, Stephen W dkk (2011) THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION, Waveland Press, Inc, Illinois.
- McQuail, Denis (2011), TEORI KOMUNIKASI MASSA, TERJEMAH PUTRI EVA IZZATI, Salemba Humanika, Jakarta
- Mulyana, Deddy (2012). KOMUNIKASI MASSA.
- Nugroho, R.F., dan Widyastuti A, (2020), PENGGUNAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA HIBURAN: STUDI KASUS MAHASISWA, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.14, No.2. Widjaya Padjajaran, Bandung.
- Qomariyah, N. (2023, September 12). PROFIL VINA MULIANA DAN PERJALANAN KARIERNYA HINGGA SEKARANG. *Tempo*.<https://seleb.tempo.co/read/1771269/profil-vina-muliana-dan-perjalanan-kariernya-hingga-sekarang>.
- Rakhmat, Jalaluddin, (2021), PSIKOLOGI KOMUNIKASI, Edisi Revisi, Simbiosis, Bandung.
- Severin dan Tankard, (2007), TEORI KOMUNIKASI, SEJARAH, METODE, DAN TERAPAN DALAM MEDIA MASSA, Terjemah Sugeng Hariyanto, Edisi Kelima, Prenada Media, Jakarta.
- Velix. (2023). SEJARAH AWAL KEMUNCULAN TIKTOK DAN PERKEMBANGANNYA. *Katadata.com*.
- Wardani, N. P. V. S., Yohanes, Y. T. S., & Fathullah, A. D. T. (2023). PENGARUH KONTEN TIKTOK DR. YESSICA TANIA (@DR.ZIEE) TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN REMAJA MENGENAI KESEHATAN KULIT WAJAH. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi Universitas Mataram*, 4(2), 18–25.
- Zhang Y dan Wang J, (2022), USER'S MITIVATIONS, AND GRATIFICATIONS, *JURNAL CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING*, Vol.23, N0.10. https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia?utm_source=chatgpt.com, pukul 9.30.