



## REVOLUSI INFORMASI KARIER DI ERA DIGITAL: STUDI KASUS KONTEN TIKTOK @vmuliana

Khanisa Azahra<sup>1</sup>, Suparman<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas terpaan konten TikTok @vmuliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *Followers* mengenai dunia kerja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebar secara daring kepada 100 responden yang merupakan *Followers* aktif akun TikTok @vmuliana dengan rentang usia 18–34 tahun. Variabel independen dalam penelitian ini adalah intensitas terpaan yang terdiri atas dimensi frekuensi, durasi, dan atensi. Variabel dependen adalah pemenuhan kebutuhan informasi yang terdiri atas empat pendekatan: *current need*, *everyday need*, *exhaustive need*, dan *catching up need*. Analisis data dilakukan dengan uji regresi linear sederhana menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas terpaan konten TikTok @vmuliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *Followers* mengenai dunia kerja. Hal ini menegaskan bahwa semakin tinggi intensitas keterpaparan terhadap konten edukatif, semakin tinggi pula peluang individu merasa kebutuhannya terpenuhi.

Kata Kunci: TikTok, Intensitas Terpaan, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Dunia Kerja

### Abstract

*This study aims to determine the effect of exposure intensity of TikTok content @vmuliana on Followers' fulfillment of information needs related to the world of work. The research used a quantitative explanatory method. Data were obtained through an online questionnaire distributed to 100 respondents aged 18–34 years who follow the TikTok account @vmuliana. The independent variable in this study is the intensity of exposure, which includes frequency, duration, and attention. The dependent variable is the fulfillment of information needs, measured using four approaches: current need, everyday need, exhaustive need, and catching up need. Data analysis was conducted using a simple linear regression test with SPSS. The results show that there is a significant influence between exposure intensity and the fulfillment of information needs. These findings confirm that the more intense the exposure to educational content, the higher the likelihood that the audience's information needs are fulfilled.*

**Keywords:** TikTok, Exposure Intensity, Fulfillment of Information Needs, World of Work.

<sup>1</sup> Sekolah Vokasi, IPB University, email: [khanisakhanisa@apps.ipb.ac.id](mailto:khanisakhanisa@apps.ipb.ac.id)

<sup>2</sup> Sekolah Vokasi, IPB University, email: [parman@apps.ipb.ac.id](mailto:parman@apps.ipb.ac.id)

## PENDAHULUAN

Transformasi media sosial menjadi sumber informasi telah membuka peluang baru dalam pemenuhan kebutuhan informasi generasi muda, khususnya terkait dunia kerja. TikTok, sebagai salah satu platform yang digandrungi oleh pengguna usia produktif, kini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media edukatif. Penelitian Khairunnisa dan Komsiah (2023) menunjukkan bahwa konten TikTok, khususnya dari akun @vmuliana, memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pengetahuan karier di kalangan mahasiswa, dengan kontribusi sebesar 38%. Hal ini mengindikasikan adanya pergeseran dalam preferensi kanal informasi menuju media digital yang bersifat personal, ringkas, dan mudah diakses. Fenomena ini diperkuat oleh temuan Nastiti dan Waskito (2024) yang menyatakan bahwa konten edukasi karir di TikTok berdampak positif terhadap orientasi karir Generasi Z, bahkan ketika dimediasi oleh perilaku FOMO.

Salah satu akun TikTok yang menonjol dalam konteks edukasi karier adalah akun @vmuliana milik Vina Muliana, seorang pegawai di perusahaan BUMN sektor industri pertambangan. Pemilihan akun @vmuliana sebagai subjek penelitian didasarkan pada beberapa faktor strategis yang menjadikannya representatif dalam konteks edukasi karier digital. Pertama, akun @vmuliana memiliki kredibilitas tinggi karena dikelola oleh praktisi profesional yang berpengalaman langsung di dunia kerja BUMN. Kedua, dengan 9,8 juta pengikut, akun @vmuliana menunjukkan tingkat *engagement* dan *reach* yang signifikan di antara audiens target. Ketiga, konsistensi produksi konten dan keberagaman topik yang dibahas mencerminkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan informasi generasi muda. Vina Muliana merupakan pegawai BUMN yang memulai perjalanan kontennya karena prihatin dengan banyaknya orang yang kesulitan mencari pekerjaan selama pandemi Covid-19. Keunikan akun @vmuliana terletak pada kombinasi antara pengalaman profesional nyata, kemampuan komunikasi yang mudah dipahami, dan komitmen konsisten dalam menyediakan informasi praktis yang aplikatif. Akun @vmuliana secara konsisten membagikan konten edukasi terkait dunia kerja, mulai dari informasi lowongan pekerjaan, pembuatan CV, tips wawancara, informasi rekrutmen BUMN dan CPNS, hingga tips *public speaking*. Konsistensi dalam produksi konten dan kualitas informasi yang disampaikan menjadi faktor kunci dalam membangun kredibilitas dan kepercayaan audiens. Octaviansyah *et al.* (2024) mencatat bahwa akun @vmuliana berperan besar dalam memenuhi kebutuhan informasi

pencarian kerja bagi *followers*-nya secara praktis dan komprehensif.

Penelitian Kusumaningtyas dan Rummyeni (2022) menunjukkan bahwa *content creator* @vmuliana berkontribusi sebesar 51,1% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dunia kerja *Followers*-nya. Namun, penelitian tersebut belum mengukur secara spesifik intensitas keterpaparan audiens terhadap konten sebagai variabel yang memengaruhi responsnya. Sementara itu, menurut Putri *et al.*, (2023), intensitas terpapar yang mencakup frekuensi, durasi, dan atensi dapat menjadi faktor penting dalam menentukan efektivitas komunikasi digital. Menurut Rinjani dan Firmanto dalam jurnal Soviana *et al.*, (2021) juga menyebut bahwa aktivitas media yang didorong oleh minat cenderung diulang dan menciptakan intensitas paparan yang berkelanjutan. Artinya, paparan yang rutin terhadap konten edukatif seperti yang disajikan oleh Vina dapat membentuk pemahaman dan perilaku informasi yang konsisten..

Pendekatan teori *Stimulus-Organism-Response* (SOR) menjelaskan bahwa stimulus seperti konten TikTok dapat memengaruhi proses internal *audiens* dan menghasilkan respons tertentu (Nabil dan Dwiridotjahjono 2024). Pada hal ini, stimulus berupa konten TikTok diserap oleh pengguna sebagai organisme dan diproses menjadi respons berupa pemenuhan kebutuhan informasi. Penelitian oleh Fajari dan Khuntari (2023) mempertegas bahwa kebutuhan informasi muncul ketika seseorang menghadapi situasi bermasalah dan membutuhkan sumber eksternal untuk menyelesaikannya. Penelitian sebelumnya oleh Putri *et al.* (2023) terhadap akun TikTok @vmuliana memperkuat teori *stimulus-organism-response* (SOR), dimana ditemukan korelasi tinggi antara intensitas keterpaparan konten dengan pemenuhan kebutuhan informasi pencarian kerja pada *followers*. Penelitian Putri *et al.* (2023) lebih fokus pada hubungan korelasional tanpa menganalisis secara mendalam bagaimana dimensi-dimensi intensitas terpapar (frekuensi, durasi, dan atensi) berkontribusi terhadap kategori kebutuhan informasi yang spesifik. Sementara itu, studi Kusumaningtyas dan Rummyeni (2022) menunjukkan bahwa *content creator* @vmuliana berkontribusi sebesar 51,1% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dunia kerja *followers*-nya. Penelitian Kusumaningtyas dan Rummyeni (2022) mengukur dampak secara umum tetapi belum mengidentifikasi variabel intensitas keterpaparan sebagai faktor yang memengaruhi efektivitas pemenuhan kebutuhan informasi tersebut. Penelitian terbaru oleh Khairunnisa dan Komsiah (2023) juga menunjukkan korelasi kuat antara konsumsi konten TikTok @vmuliana dengan peningkatan pengetahuan karir, tetapi penelitian tersebut lebih menekankan pada *output* pengetahuan karir

### **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

secara agregat tanpa membedakan jenis kebutuhan informasi (*current need*, *everyday need*, *exhaustive need*, dan *catching up need*) yang terpenuhi melalui intensitas terpaan yang berbeda-beda. Berdasarkan perbandingan penelitian sejenis tersebut, *research gap* yang teridentifikasi adalah belum adanya kajian yang secara komprehensif menganalisis bagaimana intensitas terpaan konten TikTok dengan dimensi frekuensi, durasi, dan atensi berkontribusi terhadap masing-masing kategori kebutuhan informasi berdasarkan pendekatan teori SOR. Maka, konten digital seperti yang dibuat oleh @vmuliana dapat menjadi salah satu alternatif pemecahan.

Permasalahan yang muncul adalah bagaimana intensitas terpaan konten TikTok @vmuliana dapat memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi dunia kerja bagi *followers*-nya. Dalam hal ini, alternatif solusi yang muncul antara lain adalah pemanfaatan konten edukatif yang terstruktur, interaktif, dan konsisten sebagai pendekatan untuk menjembatani kesenjangan informasi. Penelitian ini memilih untuk menganalisis intensitas terpaan konten sebagai stimulus dalam teori Stimulus-Organism-Response (SOR), guna mengukur bagaimana respons pengguna terbentuk atas eksposur terhadap konten tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi pengguna TikTok mengenai efektivitas konsumsi konten edukatif, menjadi dasar pertimbangan strategis bagi *content creator*, serta menjadi referensi akademik dalam pengembangan kajian komunikasi digital dan literasi informasi.

Penelitian intensitas terpaan didefinisikan sebagai tingkat keterpaparan individu terhadap konten TikTok @vmuliana, diukur melalui indikator frekuensi, durasi, dan atensi. Sedangkan pemenuhan kebutuhan informasi merujuk pada sejauh mana konten TikTok tersebut mampu memenuhi kebutuhan informatif pengguna terkait dunia kerja, mencakup empat pendekatan: *catching up need*, *current need*, *everyday need*, dan *exhaustive need* (Fajari dan Khuntari 2023). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas terpaan konten TikTok @vmuliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *Followers* mengenai dunia kerja.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas terpaan konten TikTok @vmuliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *Followers* mengenai dunia kerja. Penelitian ini memfokuskan pada tiga dimensi utama dalam intensitas terpaan, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi, serta bagaimana ketiganya berkontribusi

## Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seperti *current need*, *everyday need*, *exhaustive need*, dan *catching up need*.

Pengumpulan data dilakukan melalui survei daring menggunakan kuesioner yang disusun untuk mengukur tingkat intensitas terpaan dan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi. Kuesioner disebarkan kepada *Followers* akun TikTok @vmuliana yang berusia 18–34 tahun dan pernah mengakses konten seputar dunia kerja dari akun tersebut dalam tiga bulan terakhir. Distribusi dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Twitter/X agar menjangkau responden yang relevan secara efisien.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *followers* akun TikTok @vmuliana. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, menghasilkan total 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan *Followers* @vmuliana, berusia 18–34 tahun, dan pernah menonton konten dunia kerja dari akun tersebut.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS untuk menguji pengaruh variabel bebas (intensitas terpaan) terhadap variabel terikat (pemenuhan kebutuhan informasi). Selain itu, kajian literatur digunakan untuk memperkuat landasan teori, terutama dalam konteks teori Stimulus-Organism-Response (SOR) dan perilaku pencarian informasi digital.

#### Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 32 responden, sesuai dengan ketentuan statistik bahwa minimal 30 responden dapat digunakan untuk analisis statistik dasar. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%, dengan nilai  $r$  tabel sebesar 0,349.

Berdasarkan hasil pengujian validitas terhadap variabel intensitas terpaan yang terdiri dari 11 item pertanyaan, seluruh item memperoleh nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pada kuesioner intensitas terpaan dinyatakan valid.

Pengujian validitas dilakukan terhadap instrumen penelitian dengan jumlah sampel uji sebanyak 32 responden. Pengujian menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan tingkat

### **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

signifikansi 5% dan  $r$  tabel sebesar 0,349. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pada variabel intensitas terpaan (11 butir) dan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (16 butir) menunjukkan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

**Tabel 1 Uji Validitas Intensitas Terpaan**

No	No Item	Nilai Validasi	R tabel (N= 32) taraf signifikasi 5%	Keterangan
1	Item 1	0.705	0,349	Valid
2	Item 2	0.743	0,349	Valid
3	Item 3	0.703	0,349	Valid
4	Item4	0.645	0,349	Valid
5	Item 5	0.73	0,349	Valid
6	Item 6	0.572	0,349	Valid
7	Item 7	0.707	0,349	Valid
8	Item 8	0.545	0,349	Valid
9	Item 9	0.655	0,349	Valid
10	Item 10	0.612	0,349	Valid
11	Item 11	0.741	0,349	Valid

Sumber: Data diolah (2025)

Selanjutnya, uji validitas juga dilakukan terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi yang terdiri dari 16 item pertanyaan. Berdasarkan hasil perhitungan, seluruh item memperoleh nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dinyatakan valid.

**Tabel 2 Uji Validitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi**

No	No Item	Nilai Validasi	R tabel (N: 32) taraf signifikasi 5%	Keterangan
1	Item 1	0.553	0,349	Valid
2	Item 2	0.652	0,349	Valid
3	Item 3	0.609	0,349	Valid
4	Item 4	0.68	0,349	Valid
5	Item 5	0.604	0,349	Valid
6	Item 6	0.658	0,349	Valid
7	Item 7	0.613	0,349	Valid
8	Item 8	0.767	0,349	Valid
9	Item 9	0.748	0,349	Valid
10	Item 10	0.782	0,349	Valid
11	Item 11	0.634	0,349	Valid
12	Item 12	0.715	0,349	Valid
13	Item 13	0.568	0,349	Valid

14	Item 14	0.68	0,349	Valid
15	Item 15	0.541	0,349	Valid
16	Item 16	0.737	0,349	Valid

Sumber: Data diolah (2025)

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Alpha Cronbach untuk mengukur konsistensi internal instrumen. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Alpha sebesar 0,941, yang lebih besar dari r tabel 0,349. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk pengumpulan data penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linear Sederhana bertujuan untuk memperkirakan atau besar kecilnya nilai variabel terikat yang dipengaruhi variabel bebas.

**Tabel 3 Uji Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	43.284	5.523		7.837	.000
	X	.562	.123	.418	4.561	.000

Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Melalui hasil analisis yang telah dipaparkan diatas, dapat diketahui bahwa persamaan regresi sederhana yang didapatkan adalah :

$$Y = a + b \times X$$

Keterangan:

X : Variabel bebas (Intensitas Terpaan)

Y : Variabel terikat (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)

a : Konstanta (jika nilai x sebesar 0, maka Y akan sebesar a atau konstanta)

b : Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

Berdasarkan hal tersebut, sehingga menghasilkan tabel persamaan regresi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Y &= a + b \times X \\
 &= 43,284 + 0,562X
 \end{aligned}$$

Melalui persamaan tersebut, dapat disimpulkan sebagai berikut:

### Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

- a) Nilai konstanta (a) pada penelitian ini sebesar 43,284 yang menyatakan apabila intensitas terpaan konten TikTok @vmuliana dianggap tetap atau tidak mengalami perubahan, maka nilai pemenuhan kebutuhan informasi berada pada angka 43,284
- b) Nilai koefisien regresi (b) pada penelitian ini sebesar 0,562. Hal ini berarti Jika terjadi kenaikan 1 satuan skor pada intensitas terpaan konten TikTok @vmuliana, maka akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,562 satuan pada pemenuhan kebutuhan informasi
- c) Nilai koefisien regresi bernilai positif pada tabel di atas menunjukkan bahwa intensitas terpaan konten TikTok @vmuliana memiliki pengaruh yang searah (positif) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai dunia kerja

Dasar pengambilan keputusan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05. Berikut kriteria pengambilan keputusan uji regresi linear:

- a) Jika nilai signifikansi nya  $<0,05$ , dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat
- b) Jika nilai signifikansi nya  $>0,05$ , dapat dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat

Berdasarkan hasil uji yang tertera pada tabel diatas diperoleh nilai signifikansi dijelaskan sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel intensitas terpaan konten TikTok @vmuliana memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *Followers* mengenai dunia kerja

#### Uji Koefesien Determinasi

**Tabel 4 Koefesien Determinasi**

Model Sumarry <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.418 <sup>a</sup>	.175	.167	4.496
a. Predictors: (Constant), Intensitas Terpaan				
b. Dependent Variabel: Pemenuhan Kebutuhan Informasi				

Hasil uji koefesien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,175 \times 100\% = 17,5\%$$

Keterangan:

KD : Koefesien determinasi

#### Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id



r : Koefisien korelasi

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4, nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh dari hasil analisis regresi adalah sebesar 0,175 atau 17,5%. Angka ini menunjukkan bahwa intensitas terpaan konten TikTok @vmuliana mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 17,5% dari total varians. Sebanyak 17,5% perubahan dalam tingkat pemenuhan kebutuhan informasi *followers* dapat dijelaskan oleh intensitas paparan terhadap konten tersebut, sementara sisanya yaitu 82,5% berasal dari faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model ini.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Khairunnisa dan Komsiah (2023) yang menunjukkan kontribusi konten TikTok terhadap pengetahuan karir sebesar 38%, maupun Kusumaningtyas dan Rummyeni (2022) yang menemukan pengaruh sebesar 51,1% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Perbedaan nilai ini dapat disebabkan oleh fokus variabel, pendekatan pengukuran, dan karakteristik responden yang berbeda. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,418 menandakan adanya hubungan positif yang cukup kuat antara intensitas terpaan dan pemenuhan kebutuhan informasi. Hubungan ini mendukung asumsi teori SOR, di mana stimulus berupa terpaan konten memengaruhi proses kognitif individu sebagai organisme sebelum menghasilkan respons berupa terpenuhinya kebutuhan informasi. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,167 atau 16,7% memberikan gambaran yang lebih konservatif mengenai kemampuan model dalam memprediksi data dengan selisih kecil dari *R Square* (0,8%) yang mengindikasikan model cukup stabil. Kontribusi variabel intensitas terpaan dalam model tergolong sedang, namun hasil ini tetap menunjukkan bahwa paparan terhadap konten edukasi dunia kerja di TikTok berperan dalam membentuk respons informasi *followers*.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensitas terpaan konten TikTok @vmuliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai dunia kerja. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi linear sederhana dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) dan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,562. Artinya, semakin tinggi intensitas keterpaparan pengguna terhadap konten TikTok @vmuliana yang mencakup frekuensi, durasi, dan atensi maka semakin tinggi pula tingkat pemenuhan kebutuhan

informasi yang dirasakan oleh *followers*, terutama dalam aspek *catching up need*, *current need*, *everyday need*, dan *exhaustive need*. Temuan penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam memperkuat teori *Stimulus-Organism-Response* (SOR) dalam konteks media sosial digital dengan membuktikan bahwa stimulus berupa konten digital dapat memengaruhi proses kognitif pengguna dan menghasilkan respons berupa pemenuhan kebutuhan informasi secara efektif di platform TikTok.

Secara praktis, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi masyarakat publik dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi karier yang kredibel dan bermanfaat. Temuan ini dapat dimanfaatkan oleh institusi pendidikan dan lembaga pemerintah untuk merancang strategi literasi digital serta komunikasi karier yang lebih adaptif terhadap platform media sosial dalam meningkatkan kesiapan kerja generasi muda. Melalui temuan ini, direkomendasikan agar *content creator*, khususnya yang bergerak di bidang edukasi karier, mempertahankan konsistensi penyampaian konten yang informatif, interaktif, dan mudah dipahami untuk mendukung pemenuhan kebutuhan informasi digital generasi muda. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan memperluas variabel organisme dalam teori SOR, seperti persepsi, motivasi, atau kepuasan pengguna, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai respons khalayak terhadap konten edukatif di media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fajari, N., & Khuntari, D. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers@ Wonosobozone. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(2), 42-55.
- Khairunnisa, H., & Komsiah, S. (2023). Pengaruh konten tiktok terhadap pengetahuan seputar karir kerja bagi mahasiswa. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 7(3), 401-410.
- Kusumaningtyas, R. E., & Rummyeni, R. (2022). Pengaruh Content Creator TikTok@ vmuliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Dunia Kerja Di Kalangan Followers. *KOLONI*, 1(3), 900-907.
- Putri, S. M., Damayani, N. A., & Saepudin, E. (2023). Hubungan isi konten akun TikTok@ vmuliana dengan kebutuhan informasi pencarian kerja followers. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 3(3), 225-238.
- Nabil N, Dwiridotjahjono J. 2024. Terpaan postingan voucher e-commerce pada akun X @discountfess terhadap pembelian impulsif produk kecantikan followers. *Al-Kharaj J Ekon Keuangan Bisnis Syariah*. 6(2):2547-2562.

## Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 6, Number 3, July - September 2025 / nivedana@radenwijaya.ac.id

- Nastiti, E., & Waskito, J. (2024). Pengaruh konten edukasi karir Vina Muliana dalam media sosial TikTok terhadap orientasi karir generasi Z dengan perilaku FOMO sebagai pemediasi. *El-Mal: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 5(12), 5882–5893. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i12.6404>.
- Rozzy, F., & Rozy, F. (2024). Peranan konten TikTok “@vinamuliana” bagi para pelaku pencari kerja. *eScience Humanity Journal*, 4(2), 241–250.
- Soviana, A., Oka, I., Puspitarini, N., Fajrilianti, H. A., Syaferi, N. F., & Mardhiyani, N. L. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram@ bemsvundip\_ Terhadap Tingkat Penerimaan Informasi di Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(2), 128-141.