

## Analisis Resepsi Konten Pada Akun *TikTok* @vmuliana Terhadap Kebutuhan Informasi Akan *Career Preparation*

Firly Aldrina Putri<sup>1</sup> & Uljanatunnisa<sup>2\*</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta<sup>1&2</sup>

Email Korespondensi: [uljanatunnisa@upnvj.ac.id](mailto:uljanatunnisa@upnvj.ac.id)

### Abstrak

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengkaji pemaknaan *followers* tentang informasi karier pada akun *TikTok* dengan menggunakan metode resepsi Stuart Hall. Adanya peningkatan jumlah pengangguran pada generasi muda usia 20-24 tahun dan rendahnya *success rate jobseeker* dalam proses seleksi disebabkan karena mereka masih minim informasi terkait persiapan karier yang baik. Untuk itu, hadirnya akun *TikTok* @vmuliana berupaya memberikan solusi dari segala permasalahan karier yang terjadi. Peneliti berfokus pada konten akun *TikTok* @vmuliana tentang tips *career preparation* yang dibutuhkan oleh mahasiswa pada *playlist* "Tips Bikin CV", "Contekan Interview", dan "Bantu Netizen Dapat Kerja". Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara kepada subjek penelitian yaitu mahasiswa selaku *followers* @vmuliana, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* yang nantinya hasil data wawancara akan dianalisis melalui 3 tahapan metodologi resepsi yakni *the collection*, *analysis*, dan *interpretation of reception data*. Hasil penelitian menunjukkan dari kelima informan, didapatkan 2 informan posisi Dominan dan 3 lainnya posisi Negosiasi. Adanya perbedaan pemaknaan informan dipengaruhi oleh faktor kontekstual setiap informan, seperti latar belakang pendidikan, pengalaman hidup, dan tingkat pengetahuan individu.

**Kata Kunci:** Analisis Resepsi, *TikTok*, *Career Preparation*, Mahasiswa

### Abstract

*The purpose of this research is to examine followers meaning of career information on TikTok accounts using the Stuart Hall reception method. There is an increase in the number of unemployed among the younger generation aged 20-24 years and the low success rate of jobseekers in the selection process is due to their lack of information regarding good career preparation. For this reason, the presence of the @vmuliana TikTok account seeks to provide solutions to all career problems that occur. Researchers focused on the content of the TikTok account @vmuliana regarding career preparation tips needed by students in the playlists "Tips for Making CVs", "Contekan Interviews", and "Help Netizens Get Jobs". Researchers collected data through interviews with research subjects, namely students as followers of @vmuliana, documentation, and literature studies. The research used a purposive sampling technique in which later the results of the interview data will be analyzed through 3 stages of the reception*

*methodology namely the collection, analysis, and interpretation of reception data. The results showed that of the five informants, 2 informants were in dominant positions and 3 were in negotiating positions. The existence of differences in the meaning of informants is influenced by the contextual factors of each informant, such as educational background, life experience, and individual knowledge level.*

**Keywords:** Reception Analysis, TikTok, Career Preparation, Students

## PENDAHULUAN

Masyarakat memiliki kekuatan dalam mereproduksi dan memberikan makna pada informasi yang terdapat di media. Informasi dianggap sebagai kebutuhan utama yang mudah diakses melalui internet. Survei *Alvara Research Center* menunjukkan bahwa generasi Z ialah kalangan yang paling sering mengakses internet, dengan adanya 97.7% responden dan 34% dari mereka merupakan *addicted user*. Sebagian besar generasi Z ini ialah mahasiswa berusia 18-24 tahun yang aktif mencari informasi karier, Hal ini selaras dengan pandangan (Santrock, 2011), bahwa mahasiswa sedang masuk tahap aktif menelaah informasi karier yang relevan untuk meningkatkan kemampuan diri guna menghadapi dunia kerja (Khasanah & Sayekti, 2020).

Meskipun demikian, kenyataannya, sering kali para *jobseeker* merasa kesulitan untuk memperoleh informasi menarik, *detail*, dan *up-to-date* tentang persiapan karier di media social yang mampu mengedukasi generasi muda dalam memperoleh pengetahuan yang relevan dengan minat atau potensi mereka (Syamsiyah, 2021). Selain itu, layanan informasi karier di Sekolah Menengah juga kurang digalakkan secara maksimal, padahal hal ini dapat membantu siswa memahami persiapan karier kapan saja mereka memerlukan informasi semacam itu (Dewi et al., 2018).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) bulan Februari 2022, lebih dari 59% pengangguran di Indonesia adalah usia muda, dengan kelompok usia 20-24 tahun mendominasi dengan jumlah sebanyak 2,5 juta jiwa (Kusnandar, 2022). Masalah ini disebabkan oleh kurangnya edukasi persiapan karier pada generasi muda, terlihat dari tingkat keberhasilan yang rendah dalam proses seleksi, yaitu hanya sekitar 7,86% atau 854 pelamar dari total keseluruhan 10.984 pelamar yang lolos ke tahap wawancara berdasarkan data riset seleksi perusahaan dengan *Engineering Career Center* (ECC) (Ariestianie, 2019). Setelah melakukan riset terhadap 293 pelamar kerja, ditemukan bahwa kesulitan terbesar yang mereka alami adalah kurangnya pemahaman tentang cara membuat CV yang menarik, kesulitan mencari informasi terkait dunia kerja, kurang memahami kekurangan dan kelebihan individu, dan kurangnya rasa percaya diri saat melakukan wawancara (Ariestianie, 2019). Maka dari itu, informasi persiapan karier sangat penting bagi generasi terutama mahasiswa untuk membekali diri agar siap menghadapi dunia kerja.

Saat ini, informasi mengenai karier dapat ditemukan melalui media sosial *TikTok*. *TikTok* ialah aplikasi yang banyak digemari oleh pengguna berusia muda sekitar 20-29 tahun (Dihni, 2022). Oleh karena itu, *content*

*creator* bernama Vina Muliana memanfaatkan media tersebut untuk membagikan informasi persiapan karier yang relevan kepada generasi muda guna menginspirasi dan memberikan solusi terkait permasalahan dunia kerja. Menurut Vina, para pengguna TikTok sebagian besar ialah generasi Z yang masih awam dan kurang teredukasi mengenai persiapan karier (Syamsiyah, 2021). Penulis memilih Vina Muliana karena prestasinya yang banyak, seperti dinobatkan menjadi *Top Educator TikTok* yang memenangkan kategori *Best Of Learning and Education* pada *TikTok Awards* Indonesia 2021, serta masuk ke daftar *Forbes Digital Stars 2022* bersama *influencer* terkenal lainnya. Klasifikasi konten yang akan diteliti dipilih berdasarkan banyaknya tanggapan positif dan permintaan para pengikut Vina dalam akunnya, yaitu 3 *playlist* berjudul “Tips Bikin CV”, “Contekan *Interview*”, dan Bantu Netizen Dapat Kerja”.

Beberapa studi terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini membahas tentang cakupan media sosial dan karier oleh (Zebua & Julyana, 2022) yang mengungkapkan bahwa *podcast* dan media sosial dapat menjadi solusi dalam menjalankan kegiatan pengabdian masyarakat selama pandemi dan penting untuk memotivasi karier mahasiswa. Selanjutnya, dalam penelitian (Walidaini, 2022), mahasiswa dari jurusan Tarbiyah IAIN Takengon memanfaatkan *Instagram*, *Whatsapp*, dan *Karir.com* untuk mencari informasi perencanaan karir yang relevan dengan jurusan mereka, didukung oleh orang tua dan pengalaman kerja yang mendorong mereka untuk membuat perencanaan karir yang realistis. Penelitian (Briandana & Azmawati, 2020) juga menggunakan metode analisis resepsi untuk meneliti video Jovi Adhiguna's *Guide to Looking Fabulous and Being Real* di *Youtube*. Mayoritas informan masuk ke dalam kategori Dominan karena memiliki pemahaman yang sama dengan produsen pesan dan tidak memiliki anggapan negative terhadap Jovi sebagai *vlogger* kecantikan yang perlu diapresiasi. Namun, dalam posisi negosiasi, informan berpendapat bahwa seorang pria sebagai *vlogger* kecantikan sah meskipun tidak sesuai dengan ajaran agama dan pemikiran konservatif. Sementara pada posisi oposisi, informan secara keseluruhan menganggap hal tersebut negative karena hanya mencari perhatian masyarakat dan mencari sensasi.

Berbeda dengan kajian sebelumnya, penelitian ini meneliti tentang *TikTok* sebagai media edukasi karier dengan menggunakan akun *TikTok* @vmuliana sebagai objek dan mahasiswa dari *followers* @vmuliana sebagai subjek penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada bagaimana khalayak memaknai informasi terkait cara membuat CV yang menarik, memiliki kemampuan baik dalam wawancara kerja, dan tips menggunakan *Linkedin* untuk melamar pekerjaan dengan didasarkan pada latar belakang informan yang berbeda-beda.

Peneliti tertarik meneliti masalah ini karena konten edukasi akun *TikTok* @vmuliana mungkin dapat membantu para pencari kerja. Namun karena durasi konten di *TikTok* singkat dan berbeda dengan media sosial lainnya, konfirmasi dari *followers* @vmuliana terhadap informasi karier

tersebut perlu diteliti. Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti menetapkan rumusan masalah yang bertujuan untuk mengetahui resepsi dan posisi penerimaan *followers* (mahasiswa) dalam posisi Dominan, Negosiasi, dan Oposisi terkait tips edukasi karier pada tayangan video akun *TikTok @vmuliana* terhadap kebutuhan informasinya akan *career preparation*.

## KERANGKA TEORI

### ***TikTok* Sebagai Media Sosial**

*TikTok* ialah suatu platform media sosial Tiongkok yang dikembangkan oleh perusahaan *Beijing ByteDance Technology*. Di sini, para pengguna dapat menyalurkan kreativitas mereka dalam membuat video konten berdurasi pendek (Luisandrith & Yanuartuti, 2020). Durasi tayangan video di *TikTok* sendiri terbatas pada 15 detik, 60 detik, dan 3 menit. Umumnya, konten yang disukai oleh pengguna *TikTok* bersifat ringan dan tidak terlalu serius. Mayoritas penggunanya berada pada kelompok usia 20-29 tahun (35%), diikuti usia 10-19 tahun (28%), usia 30-39 tahun (18%), usia 40-49 tahun (16,3%), dan usia di atas 49 tahun (2,7%) (Dihni, 2022). *TikTok* memiliki beragam fitur menarik, seperti filter, mode *playlist*, efek video, *live streaming*, *stitch*, *duet*, dan perubahan suara. Media sosial ini terkenal dengan jenis konten yang menghibur, mengedukasi, dan berkaitan dengan *lifestyle*, *food*, atau kecantikan dengan pengemasan visual konten yang menarik.

### ***Career Preparation***

*Career preparation* adalah proses mempersiapkan diri dengan mengembangkan keterampilan agar seseorang dapat memenuhi kualifikasi yang diinginkan perusahaan dan siap menghadapi dunia kerja (Widarto, 2015). Tujuan dari mempersiapkan karier adalah untuk mendapatkan gambaran dan memperluas wawasan terkait dunia kerja. Hal ini sangat penting bagi mahasiswa agar dapat bersaing dalam dunia kerja yang kompetitif. Jika *jobseeker* dan mahasiswa kurang mempersiapkan beberapa hal di bawah ini, maka akan timbul dampak negatif seperti rasa bingung setelah lulus kuliah, memicu rasa cemas atau *anxiety*, memengaruhi kesehatan mental serta berkurangnya motivasi diri (Sholikhah, 2021).

Dalam hal ini individu perlu memahami cara yang tepat untuk membuat CV yang menarik. CV dikatakan sebagai daftar riwayat hidup seseorang yang mencakup keahlian, pengetahuan, dan pengalaman individu (Mutiarasari, 2022). Alasan pentingnya mengetahui penulisan CV yang baik yaitu karena CV adalah gambaran diri pelamar yang akan dinilai sesuai dengan kualifikasi perusahaan. CV yang menunjukkan sisi professional pelamar juga merupakan kesan pertama yang akan dinilai dan menarik perhatian HRD. Selain itu, pelamar kerja juga perlu mempersiapkan diri untuk dapat menjawab pertanyaan wawancara sebaik mungkin. Dalam hal ini terdapat 3 aspek yang dinilai HRD dalam memilih pelamar yang berkualitas, yaitu pengalaman, pengetahuan maupun keahlian, budaya kerja yang sesuai dengan perusahaan, dan motivasi kerja (Kramer, 2012). Tidak hanya itu, sikap

nonverbal pelamar saat proses wawancara juga memengaruhi penilaian HRD dalam memilih kandidat yang tepat.

### **Teori Analisis Resepsi Stuart Hall**

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori analisis resepsi dengan model *encoding-decoding* Stuart Hall. Teori ini mengasumsikan bahwa media bukanlah factor utama yang memengaruhi khalayak, melainkan khalayak yang berperan aktif dalam memberikan makna dari tayangan media yang dikonsumsinya (Santoso, 2020). Model teori resepsi menjelaskan bahwa khalayak melakukan pengkodean (*encoded*) yang kemudian ditafsirkan secara berbeda oleh khalayak (*decoded*). Makna yang dihasilkan didasarkan pada *frameworks of knowledge, relations of production, dan technical infrastructure* masing-masing individu (Hall, 1973).

Proses *decoding* membentuk makna khalayak yang kemudian dapat dikategorikan ke dalam tiga posisi pemaknaan menurut (Hall, 1973) diantaranya *Dominant Hegemonic Position*, yaitu posisi khalayak yang menerima dan menyetujui sepenuhnya makna yang sama dengan produsen pesan di media; *Negotiated Position*, di mana khalayak tidak sepenuhnya menyetujui isi pesan, melainkan adanya pertentangan dan memiliki interpretasi sendiri dalam memaknai pesan karena adanya perbedaan aturan atau nilai budaya; *Opositional Position*, di mana khalayak bertolakbelakang dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator yang ada di media dan merubahnya dengan pola pikirnya sendiri terhadap sesuatu.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall yang membahas tentang makna, produksi, dan pengalaman audiens yang berkaitan erat dengan pesan atau tayangan yang ada pada media (Hall, 1973). Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk menafsirkan pemaknaan individu pada suatu fenomena (Creswell, 2014), dan digunakan untuk menelaah tanggapan setiap informan secara rinci dan mendalam terkait jawaban dari rumusan masalah penelitian. Penelitian ini berfokus pada objek tayangan konten tips edukasi karier pada akun *TikTok @vmuliana* dalam 3 daftar putar yaitu “Tips Bikin CV”, “Contekan *Interview*”, dan “Bantu Netizen Dapat Kerja”. Subjek penelitian ini ialah mahasiswa berusia minimal 18-24 tahun dan menjadi *followers* akun *TikTok @vmuliana*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan kelima informan secara *offline* maupun *online*, peneliti melakukan *indepth interview* secara intensif dengan informan secara berulang-ulang, serta melalui hasil dokumentasi dan studi kepustakaan.

Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih audiens sesuai kriteria peneliti yang merupakan pengguna aktif *TikTok* pengikut akun *@vmuliana* dengan usia 18-24 tahun sebagai mahasiswa yang sedang mencari informasi *career preparation* yang relevan. Berikut terdapat data para informan yang terlibat dalam penelitian ini, diantaranya:

Tabel 1. Data Informan Penelitian

No	Nama Informan	Umur Tahun	Pekerjaan dan Jurusan
1	FA	21 Tahun	Mahasiswa PNJ (Akuntansi)
2	RF	20 Tahun	Mahasiswa UI (Matematika)
3	FS	22 Tahun	Mahasiswa UPI (Pariwisata)
4	FR	22 Tahun	Mahasiswa UIN (Akuntansi)
5	LS	22 Tahun	Mahasiswa UPN (Ilmu Komunikasi)

Sumber: Data Olahan Peneliti

Lalu, data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan tiga tahapan utama analisis data dalam metodologi resepsi (Jensen & Jankowski, 1991) diantaranya *The Collection*, mengumpulkan data utama dari hasil wawancara informan; *Analysis*, melakukan komparasi dari hasil *preferred reading* peneliti dengan hasil data wawancara mendalam, wawancara mendalam digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail terhadap informan terkait isi pesan tayangan media; *Interpretation of Reception Data*, tahapan interpretasi pemaknaan informan sesuai dengan latar belakang individu yang nantinya akan dikategorikan ke dalam 3 posisi pemaknaan Stuart Hall yaitu Dominan, Negosiasi, dan Oposisi.

## PEMBAHASAN

### ***Encoding Konten Seputar Career Preparation Pada Akun TikTok @vmuliana***

Seperti yang diuraikan dalam penelitian (Rofi & Rakhmad, 2020), analisis resepsi tahap pertama yaitu melalui tahapan *encoding* untuk mengetahui apa makna dominan dari teks siaran atau media (*preferred reading*). Peneliti melakukan analisis teks media pada objek penelitian dalam 3 playlist "Tips Bikin CV", "Contekan *Interview*", dan "Bantu Netizen Dapat Kerja". Analisa teks media pada *playlist* "Tips Bikin CV" menyampaikan pesan mengenai cara-cara yang dapat dilakukan untuk membuat CV seperti memperhatikan penulisan kata awal paragraph CV dan membuat deskripsi diri; menyajikan informasi berupa identitas diri seperti kegiatan pengalaman dan keahlian secara detail, terstruktur, dan mencantumkan result secara kuantitatif (presentase, lama waktu, dll) yang relevan dengan posisi yang akan dilamar.

Vina dalam *playlist* “Contekan *Interview*” menyampaikan apa saja pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan saat *interview* bersama HR; melakukan latihan untuk mempersiapkan jawaban *interview* dengan jujur namun tetap diplomatis; memanfaatkan penggunaan teknik STAR & CAR untuk membuat jawaban lebih terarah dengan memperhatikan relevansinya dengan posisi yang akan dilamar. Terakhir, pada *playlist* “Bantu Netizen Dapat Kerja” makna dominan yang disampaikan yaitu tentang pentingnya memanfaatkan aplikasi *Linkedin* dengan membuat *summary* yang menarik dan membangun *self-branding* untuk memudahkan *networking*, melamar kerja dan memperkuat kesan pelamar di mata HR; memberikan masukan saran untuk pelamar dalam *improve* persiapan karier dengan meng-*upgrade* CV secara berkala.

### **Pemahaman *Followers* Terkait Konten Edukasi Akun *TikTok* @vmuliana Terhadap Kebutuhan Informasi Akan *Career Preparation***

Pemaknaan khalayak terjadi pada tahap *decoding* atau *meaning structure* II yang dilatarbelakangi oleh adanya latar belakang setiap informan yang membentuk ragam pemaknaan khalayak akan objek penelitian. Sebagian besar informan, memahami *career preparation* sebagai pembekalan karier individu dalam menyadari peminatan diri, meningkatkan kemampuan, dan pengetahuan apa saja yang diperlukan layaknya memahami cara membuat CV yang tepat dan mempraktikkan proses *interview* dalam upaya mengefisienkan usaha dan waktu agar tidak kesulitan saat mencari pekerjaan. Dengan begitu, *career preparation* sangatlah penting untuk dapat membantu mahasiswa menata kehidupan karier yang lebih baik sejak saat kuliah.

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

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

### ***Playlist “Tips Bikin CV”, “Contekan Interview”, dan “Bantu Netizen Dapat Kerja” di akun TikTok @vmuliana Sebagai Solusi Dalam Membantu Mahasiswa Menghadapi Dunia Kerja***

Konten *career preparation* akun TikTok @vmuliana menurut informan RF merupakan sebuah tips perencanaan karier yang membantunya mendapatkan peluang kerja sesuai dengan peminatannya yang lintas jurusan. Hal ini disebabkan, RF berasal dari latar belakang Pendidikan MIPA yang memiliki ketertarikan kerja di bidang marketing, lalu adanya tips persiapan lintas karier bagi jobseeker dalam playlist “Contekan Interview” dianggap sangat solutif dalam membantunya mendapatkan peluang kerja sesuai passion yang ia miliki. Seperti pada penelitian (Ozora et al., 2016), para jobseeker yang lintas jurusan perlu melakukan tahapan persiapan karier layaknya mengetahui dan menilai diri sendiri, mencari informasi karier, merencanakan tujuan karier, serta meningkatkan keterampilan sesuai peminatan untuk dapat melamar kerja dengan bekal *career preparation* yang maksimal seperti menampilkan pengalaman kerja yang relevan. Tips lainnya seperti cara melamar magang di kampus merdeka juga sangat relate dengan informasi yang ia butuhkan.

Selain RF, informan FR juga menjadikan akun TikTok @vmuliana sebagai sumber informasinya dalam mencari tips *career preparation*, sebab konten tersebut dijadikan sebagai upaya pengembangan diri melalui metode *learning by doing*. FR merasa terbantu dengan rekomendasi website CV builder agar dapat membuat CV secara otomatis, menarik, namun tetap memperhatikan layout. Menurutnya sulit untuk menemukan konten edukasi karier di media sosial yang detail dan mudah dimengerti seperti Vina Muliana. Sebagaimana yang dikatakan oleh McLuhan, media berperan sebagai ‘pesan’ yang dapat langsung dikonsumsi oleh khalayak luas, secara tidak langsung media juga mampu memengaruhi khalayak dalam memberikan solusi dari permasalahan atau menciptakan sebuah masalah (Khatimah, 2018). Dalam penelitian ini, pemaknaan khalayak yang selaras dengan Vina melahirkan sebuah solusi bagi mereka untuk menghadapi adanya rintangan dunia kerja berdasarkan kebutuhan informasi *career preparation* setiap individu. Akun @vmuliana juga dijadikan sebagai salah satu pedoman informan FA untuk memperluas pengetahuannya akan dunia kerja setelah lulus kuliah, namun sebagai seorang mahasiswa, FA membutuhkan informasi penulisan CV skala kecil seperti bisnis UMKM bagi mahasiswa yang memiliki keterbatasan pengalaman seperti ia dan teman-temannya dari bidang ekonomi melalui sumber lain.

Dua informan lainnya yakni LS dan FS memiliki kekhawatiran berlebih terhadap dunia karier, sehingga tips berkarier ala @vmuliana digunakan untuk meminimalisir rasa cemas akan masa depannya. Menurut mereka, konten *career preparation* tersebut dapat menginspirasi dan memotivasi untuk *improve* persiapan karier di tengah lika-liku permasalahan dunia kerja serta mampu membangun kesadaran terkait pembentukan mindset untuk berpikir tentang karier guna bekal di masa depan. Hal ini disebabkan, LS



mendapatkan insight baru terkait cara membuat CV bagi freelancer sepertinya, tips penggunaan CV yang tidak bisa one fit to all, maupun bocoran pertanyaan interview sebagai gambaran mahasiswa ketika melamar kerja. Latar belakang Vina sebagai HR tentunya memiliki pemahaman mendalam terkait career preparation sehingga informasi yang disampaikan cukup kredibel untuk dikonsumsi masyarakat. Meskipun demikian, mereka tetap membutuhkan informasi dari sumber lain atau orang dengan minat yang sama untuk memperoleh informasi penulisan CV bagi ranah kerja industry pariwisata seperti FS dan pembekalan terkait bagaimana body language yang baik serta cara beretika sebelum, saat, dan setelah interview yang tidak dijelaskan dalam playlist tersebut.

Rasa cemas yang dialami dua informan kategori penerimaan negosiasi dikenal dengan sebutan anxiety disorder. Anxiety ialah perasaan cemas individu yang dipicu oleh adanya tekanan dari situasi yang dianggap mengancam (Agustin, 2022). Kedua informan merupakan mahasiswa akhir yang memiliki sensitivitas cukup tinggi terhadap perasaan cemas akibat situasi dalam menghadapi transisi jenjang karier selanjutnya. Di mana, rasa anxiety dapat membuat individu semakin aktif mengeksplorasi lingkungannya untuk mendapatkan informasi career preparation yang bisa menangani permasalahan karier yang ia alami (Zulfahmi & Andriany, 2021).

### **Tayangan *Career Preparation* Akun *TikTok* @vmuliana Sebagai Sarana Informasi Edukatif yang Menarik Bagi Mahasiswa**

Pemaknaan lain yang didapat dari data hasil wawancara, akun *TikTok* @vmuliana dimaknai sebagai akun yang menyebarkan informasi *career preparation* yang menarik bagi mahasiswa sebagai pengikutnya. Dalam hal ini, kata 'menarik' mencakup nilai estetika konten yang disajikan layaknya mengutamakan visual yang kreatif, audio, maupun isi improvisasi yang disampaikan Vina dalam menyebarkan tips berkarier kepada khalayak. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara Vina dengan sebuah portal media online yang mengatakan bahwa pengalaman Vina dahulu sebagai reporter mampu membantunya mengetahui bagaimana tayangan yang disukai oleh banyak orang seperti melakukan riset konten terlebih dahulu, menata kamera dan setting pencahayaan yang baik, hingga ke proses *editing* untuk menghasilkan konten siap tayang yang menarik dan layak ditonton (Syamsiyah, 2021).

Pemahaman disampaikan dengan metode *learning by doing*, dengan memberikan praktik tips secara langsung agar lebih mudah diikuti khalayak serta memanfaatkan fitur *stitch* untuk berinteraksi langsung dengan khalayak yang membutuhkan solusi kerja. Metode *learning by doing* ialah cara belajar yang tidak hanya dijelaskan menggunakan teori, namun juga melakukan praktik secara langsung untuk menambah wawasan individu dengan maksimal (Surahman & Fauziati, 2021). Vina juga memanfaatkan mode *playlist* untuk menjadi satukan beberapa konten video ke dalam satu tema yang sama, serta menggunakan fitur "*Stitch*" untuk memberikan solusi kerja kepada pengikutnya secara langsung dengan pengemasan yang menarik,

penyampaian informasi lebih efektif dan jelas. Tayangan durasi singkat yang dikemas di *TikTok* mampu membuat informasi dalam video ter-highlight dengan baik, tidak membuat bosan, dan menjadi pilihan mahasiswa untuk mengkonsumsi konten berdasarkan kebutuhan.

### **Tayangan Career Preparation Akun TikTok @vmuliana dalam Penerapan Kehidupan Karier dan Sosial Khalayak**

Sebagian besar informan menyetujui bahwa tips yang diberikan Vina dapat diterapkan dalam kehidupan karier dan sosial khalayak, seperti tips membangun dan memperluas *networking* dengan orang lain. Tips tersebut berpengaruh positif pada khalayak sebagaimana realitas sosial masyarakat Indonesia yang memegang teguh bersosialisasi antar individu. Menurut *Investopedia*, *networking* dibentuk dengan adanya pertukaran pesan antar sesama individu yang memiliki minat serupa untuk berbagi informasi tentang dunia kerja atau *share* lowongan pekerjaan yang ada (Juliawanti, 2022).

Cara Vina berkomunikasi kepada khalayak juga dinilai positif dengan kemampuan *public speaking*-nya yang bagus, menggunakan *smiling voice* serta pengucapan kata yang baik. Vina juga selalu mengedepankan kejujuran pelamar dalam melakukan proses rekrutmen kerja namun tetap memilih kata-kata untuk memberi kesan diplomatis. Selain pesan dapat tersampaikan dengan efektif kepada khalayak, informan FA berpendapat bahwa sikap yang dicerminkan Vina dapat menginspirasi selaku mahasiswa untuk menerapkan sikap tersebut dalam kehidupan sehari-hari ketika bergabung ke dalam sebuah organisasi atau komunitas. Dalam memperluas relasi dengan orang lain, diperlukan kemampuan berkomunikasi yang baik untuk menjadi langkah awal seseorang dalam berkoneksi (Azkiya, 2022). Informan termotivasi menjalani tips tersebut untuk menunjang kehidupan kariernya di masa depan seperti yang dijalani oleh RF yaitu berkoneksi dengan alumni atau praktisi profesional di bidangnya dalam media sosial *Linkedin* untuk termotivasi dalam meng-*upgrade skill* diri yang dimiliki, serta meningkatkan soft skill dalam berkomunikasi dengan orang lain.

### **Posisi Penerimaan Khalayak Menurut Teori Resepsi Stuart Hall**

Dari hasil wawancara bersama kelima informan, terdapat resepsi mereka sebagai mahasiswa dalam memaknai tayangan edukasi pada akun *TikTok* @vmuliana terhadap kebutuhan informasi akan *career preparation* yang sudah dianalisis peneliti untuk nantinya dikategorikan ke dalam 3 posisi penerimaan khalayak, yaitu Dominan, Negosiasi, dan Oposisi. Dalam menganalisis menggunakan teori resepsi Stuart Hall, terdapat tiga komponen yang melatarbelakangi perbedaan pemaknaan khalayak yakni *frame of experience*, *field of education*, serta *field of knowledge*.

### **Posisi Hegemonik Dominan**

Pada kategori ini, informan menerima dan menyetujui secara penuh informasi yang disampaikan oleh produsen pesan dan menjadikan akun *TikTok* @vmuliana sebagai sumber kebutuhan informasinya akan *career*

*preparation*. Pemaknaan informan pada posisi *Dominant* memiliki sudut pandang yang sama dengan Vina dan Informasi tersebut sudah memenuhi kebutuhan informasinya secara penuh melalui tipsnya yang relevan karena diangkat dari realita permasalahan karier serta menerapkannya dalam kehidupan informan sebagai mahasiswa untuk membangun kariernya.

Berdasarkan hasil *decoding* informan RF dan FR yang dikategorikan pada posisi Dominan, mereka menyetujui seluruh tips *career preparation* yang disampaikan Vina karena (1) Keahlian profesi sebagai praktisi HR dan karakter Vina yang solutif dalam memberikan pemahaman khusus tentang permasalahan *career preparation* yang dibutuhkan khalayak melalui tips-tips berkariernya yang dikemas dalam konten terkait cara membuat CV, persiapan wawancara, maupun tips membangun *self-branding* di *Linkedin* yang bermanfaat bagi *jobseeker*; (2) Kredibilitas informasi, adanya latar belakang Vina sebagai HR professional menumbuhkan *trustworthiness* khalayak untuk menerapkan tips *career preparation* Vina dalam kehidupan karier mereka; (3) Metode pembelajaran, tips diberikan menggunakan metode *learning by doing* yang tidak hanya berupa teori tapi juga menyajikan praktek untuk dapat diikuti secara langsung dengan memanfaatkan media sosial *TikTok* yang sifatnya interaktif dan sesuai dengan karakter generasi Z yang menyukai konten durasi singkat.

### Posisi Negosiasi

Posisi Negosiasi berada pada informan yang memahami informasi dari produsen pesan tetapi tidak menyetujui pesan secara penuh, sehingga menimbulkan adanya pertentangan yang menghasilkan pemaknaan yang berbeda antara informan dengan komunikator pesan di media. Informan pada penelitian ini yang dikategorikan ke dalam posisi Negosiasi menganggap edukasi tersebut bermanfaat dan menggambarkan informasi permasalahan karier mahasiswa, namun tidak sepenuhnya menerima dan merasa informasi tersebut tidak cukup memenuhi kebutuhan mereka karena adanya perbedaan kebutuhan informasi khalayak yang berbeda-beda.

Peneliti mengkonseptualisasikan tiga penyebab informan FA, FS, dan LS berada dalam posisi Negosiasi, yakni karena berbicara perihal (1) Peran *creator* (Vina) selaku praktisi HR belum sepenuhnya membuat informan percaya terhadap isi kontennya, respon kognitif informan terpengaruh oleh adanya hasil belajar dari media lain atau pengalaman informan yang menghasilkan perilaku yang tidak selaras dengan Vina tentang pengetahuan dunia karier; (2) Adanya aspek psikologis informan yang mendorong untuk mencari informasi, terdapat dua informan kategori Negosiasi yang mengalami *anxiety* akan transisi jenjang karier sebagai seorang mahasiswa akhir, sehingga mereka lebih sensitif terhadap rasa cemas yang membuatnya lebih mengeksplorasi lingkungannya untuk mencari informasi karier melalui media selain akun @vmuliana yang sesuai dengan kebutuhannya; (3) Kompetensi, Vina kurang memperkaya topik dengan membahas permasalahan karier mahasiswa sesuai ragam kompetensi yang dibutuhkan dalam mempersiapkan

karier, layaknya pemahaman komunikasi nonverbal untuk wawancara, tips menulis CV dengan ragam profesi, serta bagaimana menulis pengalaman CV skala kecil bagi mahasiswa dengan keterbatasan pengalaman.

### Posisi Oposisi

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

### KESIMPULAN

Berdasarkan resepsi mahasiswa selaku *followers* akun *TikTok* @vmuliana, peneliti melihat bahwa informan berperan aktif untuk memberikan pemaknaannya terhadap konten *career preparation* tersebut sesuai kebutuhan dan latar belakang masing-masing khalayak. Dalam hal ini, dapat disimpulkan resepsinya bahwa secara garis besar, para mahasiswa yang menjadi informan penelitian menerima konten @vmuliana sebagai bahan referensi pembelajaran menarik bagi mereka untuk memperoleh informasi *career preparation* untuk bekal di masa depan berdasarkan kebutuhan informasi setiap individu.

Ditemukan 3 informan posisi Negosiasi, dan 2 informan posisi Dominan berdasarkan hasil analisis resepsi model *encoding-decoding* Stuart Hall. Informan posisi Dominan menyetujui informasi pada konten @vmuliana soal informasi yang kredibel, metode belajar yang sesuai dengan karakter gen Z (mahasiswa) dengan memanfaatkan media sosial *TikTok*, dan keahlian Vina sebagai praktisi HR dan karakternya yang solutif dalam memberikan masukan dan kritik terkait permasalahan karier yang dialami *jobseeker* berupa tips penulisan CV yang tepat dan menarik, penguasaan wawancara kerja, hingga tips lainnya yang dapat menambah *value* pelamar. Sementara, pada posisi Negosiasi, pemaknaan informan bersifat polisemi karena mereka masih meragukan kredibilitas informasi dalam konten yang disampaikan Vina, adanya pengaruh sensitivitas psikologis informan yang cenderung membutuhkan informasi lebih terkait *career preparation* di sumber lain, serta belum beragamnya tips dari berbagai kompetensi yang dibutuhkan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan informasi karier mereka yang bermacam-macam.

Lahirnya perbedaan pemaknaan informan dilatarbelakangi oleh adanya factor konstektual seperti *field of experience*, *field of knowledge*, dan *field of education* tiap individu. Lalu, pengaruh hasil belajar melalui media lain juga memengaruhi pengetahuan informan terkait bagaimana mereka memaknai informasi *career preparation* yang ada di akun *TikTok* @vmuliana.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Agustin, S. (2022, April 16). *Mengenal Anxiety yang mengganggu dan Berbagai Jenisnya*. <https://www.alodokter.com/mengenal-anxiety-yang-mengganggu-dan-berbagai-jenisnya>
- Ariestianie, R. A. (2019). Training “Upgrading Self Value” untuk Mempersiapkan Mahasiswa dan Alumni dalam Menghadapi Proses Seleksi. *Proceeding Indonesia Career Center Network Summit IV*, 113–117.
- Azkiya, G. (2022, March 25). *8 Cara Efektif Membangun Relasi (Networking) untuk Dunia Kerja*. <https://blog.skillacademy.com/cara-membangun-relasi>
- Briandana, R., & Azmawati, A. A. (2020). New media audience and gender perspective: A reception analysis of millenials interpretation. *International Journal of Humanities and Social Science Research*, 6(1), 58–63.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design, Qualitatives, Quantitative, and Mixed Methods Approcahes (Fourth Edition)*. Sage Publications.
- Dewi, M. T., Kristy, D. Z., & Sari, N. P. (2018). Pengembangan Media Layanan Informasi Bidang Karir Berbasis Web. *Strategi Pelayanan Bimbingan Dan Konseling Di Era Disrupsi*, 202–206.
- Dihni, V. A. (2022). *Pengguna TikTok Mayoritas Berusia Muda, Ini Rinciannya*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/pengguna-tiktok-mayoritas-berusia-muda-ini-rinciannya#:~:text=Menurut%20laporan%20Business%20of%20Apps,dengan%20proporsi%2028%25%20secara%20global>.
- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Centre for Comtemporany Cultural Studies.
- Jensen, K. B., & Jankowski, N. W. (1991). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. Routledge.
- Juliawanti, L. (2022, February 2). *Ketahui Manfaat Networking dan Cara Membangunnya*. <https://lifepal.co.id/media/networking-adalah/>
- Kamaliah, A. (2019, December 20). *Ini Alasan Video di TikTok Durasinya Pendek*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4829642/ini-alasan-video-di-tiktok-durasinya-pendek#:~:text=Jakarta%20%2D%20Ternyata%20TikTok%20memiliki%20alasan,memperhatikan%20selama%208%20detik%20saja>.
- Khasanah, & Sayekti, S. (2020). Gambaran Kematangan Karir Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Ivet. *Al-Mudarris: Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam*, 3(2), 113–124.
- Khatimah, H. (2018). Posisi dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh*, 16(1).
- Kramer, E. P. (2012). *Active Interviewing : Branding, Selling, and Presenting Yourself to Win* (1st edition). Course Technology.
- Kusnandar, V. B. (2022, June 8). *Lebih dari Separuh Pengangguran Berusia 15-29 Tahun pada Februari 2022*.

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/08/lebih-dari-separuh-pengangguran-berusia-15-29-tahun-pada-februari-2022#:~:text=Lebih%20dari%20Separuh%20Pengangguran%20Berusia%2015%2D29%20Tahun%20pada%20Februari%202022,-Ketenagakerjaan&text=Menurut%20data%20Badan%20Pusat%20Statistik,juta%20jiwa%20per%20Februari%202022.>
- Luisandrith, D. R., & Yanuartuti, S. (2020). Interdisiplin: Pembelajaran Seni Tari Melalui Aplikasi Tik Tok Untuk Meningkatkan Kreativitas Anak. *Jurnal Seni Tari*, 9(2), 175–180.
- Mutiarasari, K. A. (2022, November 12). *Ini Lho Kepanjangan CV, Pengertian, Isi, dan Bagian-bagiannya*. <https://news.detik.com/berita/d-6402508/ini-lho-kepanjangan-cv-pengertian-isi-dan-bagian-bagiannya>
- Ozora, D., Suharti, L., & Sirine, H. (2016, July 28). Potret Perencanaan Karir Pada Mahasiswa (Studi terhadap Mahasiswa di Sebuah Perguruan Tinggi di Jawa Tengah). *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank*.
- Rofi, S. E., & Rakhmad, W. N. (2020). Analisis Resepsi Pada Channel Youtube Gaming “Kimi Hime.” *Interaksi Online*, 8(4), 75–82.
- Santoso, S. (2020). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2), 140–154.
- Santrock, J. W. (2011). *Life-Span Development* ((13th Edition)). McGraw-Hill.
- Sholikhah, N. (2021, October). *Pentingnya Lakukan Perencanaan Karir bagi Mahasiswa*. <https://news.unair.ac.id/2021/10/14/pentingnya-lakukan-perencanaan-karir-bagi-mahasiswa/?lang=id>
- Surahman, Y. T., & Fauziati, E. (2021). Maksimalisasi Kualitas Belajar Peserta Didik Menggunakan Metode Learning By Doing Pragmatisme By John Dewey. *Jurnal Papeda*, 3(2), 137–144.
- Syamsiyah, M. N. (2021). *Bincang Karier dengan Vina Muliana, Content Creator & Staff di BUMN MIND ID*. <https://kumparan.com/kumparanwoman/bincang-karier-dengan-vina-muliana-content-creator-and-staff-di-bumn-mind-id-1wZG1Bab8JN/full>
- Walidaini, B. (2022). Perencanaan Karir Mahasiswa Semester Akhir. *TA'DIB: Jurnal Pemikiran Pendidikan*, 12(2), 58–63.
- Zebua, W. D. A., & Julyana, T. S. (2022). Pemanfaatan “Podcast” Sebagai Media Motivasi Mahasiswa Terkait Orientasi Masa Depan Aspirasi Karir. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 28(2).
- Zulfahmi, A., & Andriany, D. (2021). Kematangan Vokasional Dengan Kecemasan Dalam Menghadapi Dunia Kerja Pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Cognicia*, 9(2), 64–75.