



# JURNAL BASICEDU

Volume 8 Nomor 6 Tahun 2024 Halaman 4911 - 4920

Research & Learning in Elementary Education

<https://jbasic.org/index.php/basicedu>



## Pengaruh Konten Edukasi Pada Akun TikTok @Vinamuliana Terhadap Tingkat Profesionalitas Mahasiswa Tingkat Akhir

Valerie Christina Putri

Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana

E-mail: [valerie.christina.p@gmail.com](mailto:valerie.christina.p@gmail.com)

### Abstrak

Salah satu fenomena yang meramaikan platform media sosial TikTok adalah penawaran konten edukatif, yang berperan sebagai sarana pembelajaran alternatif yang memfasilitasi perolehan informasi dan pengetahuan yang baru. Salah satu akun yang menonjol dalam menyajikan konten edukatif adalah @Vinamuliana, yang mengupas beragam aspek dunia kerja. Pada masa saat ini, kompetisi di pasar kerja semakin ketat, menuntut individu untuk memiliki keterampilan, pengalaman, dan profesionalisme yang mencukupi guna memasuki ranah kerja. Ketersediaan konten edukatif seperti ini dapat memberikan bantuan signifikan kepada para calon pencari kerja, terutama generasi Z, dalam memperoleh pengetahuan serta mengembangkan profesionalisme mereka. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur dampak atau pengaruh konten edukatif yang disajikan oleh akun TikTok @Vinamuliana terhadap tingkat profesionalisme mahasiswa tingkat akhir. Metode penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Populasi yang digunakan adalah pengikut (*followers*) akun TikTok @Vinamuliana yang terdiri dari mahasiswa tingkat akhir berusia 21-25 tahun. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh signifikan sebesar 60,2% dan dapat disimpulkan bahwa konten edukatif yang disajikan oleh akun TikTok @Vinamuliana memiliki pengaruh yang positif terhadap tingkat profesionalisme mahasiswa tingkat akhir.

**Kata Kunci:** Konten Edukasi, TikTok, Tingkat Profesionalitas.

### Abstract

*One phenomenon that enlivens the social media platform TikTok is the offering of educational content, serving as an alternative learning tool that facilitates the acquisition of new information and knowledge. One prominent account in delivering educational content is @Vinamuliana, which delves into various aspects of the working world. In the current era, the job market competition is increasingly fierce, demanding individuals to possess sufficient skills, experience, and professionalism to enter the workforce. The availability of educational content like this can provide significant assistance to prospective job seekers, especially Generation Z, in gaining knowledge and developing their professionalism. This research conducted to measure the impact of the educational content presented by the TikTok account @Vinamuliana on the level of professionalism among final-year students. The research method used is a quantitative approach with simple linear regression analysis techniques. The population in this research consists of followers of the TikTok account @Vinamuliana who are final-year students aged 21-25 years. The analysis results show a significant influence of 60.2% and it can indicate that the educational content presented by the TikTok account @Vinamuliana has a positive influence on the level of professionalism among final-year students.*

**Keywords:** educational content, TikTok, Professionalism Level

Copyright (c) 2024 Valerie Christina Putri

✉ Corresponding author :

Email : [valerie.christina.p@gmail.com](mailto:valerie.christina.p@gmail.com)

DOI : <https://doi.org/10.31004/basicedu.v8i6.9112>

ISSN 2580-3735 (Media Cetak)

ISSN 2580-1147 (Media Online)

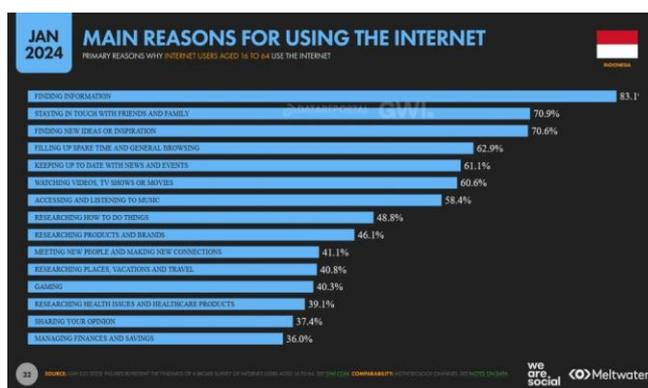
Jurnal Basicedu Vol 8 No 6 Tahun 2024  
p-ISSN 2580-3735 e-ISSN 2580-1147

## PENDAHULUAN

Era digital saat ini semakin mengalami perkembangan dan menunjang segala sektor kehidupan masyarakat. Tidak hanya dalam bentuk fasilitas yang digunakan, perkembangan teknologi juga berdampak dalam pola pikir dan perilaku seseorang terhadap teknologi saat ini. Menurut laporan dari We Are Social masyarakat Indonesia dapat menghabiskan waktu selama tujuh jam tiga puluh delapan menit untuk mengakses internet.



Gambar 1 Riset Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital Report 2024



Gambar 2 Riset Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital Report 2024

Melihat data tersebut, dapat diketahui bahwa alasan masyarakat Indonesia menggunakan atau mengakses internet adalah salah satunya untuk mendapatkan informasi. Hal ini juga memberikan peluang kepada pengguna untuk berbagi koneksi dan informasi mengenai berbagai hal melalui platform media sosial (Ruth dan Candraningrum, 2020).

Media sosial TikTok menjadi media yang sedang populer di semua kalangan khususnya generasi milenial dan generasi Z di Indonesia. Berbagai fitur yang tersedia pada TikTok memudahkan pengguna untuk menciptakan berbagai konten yang menarik sesuai dengan kreativitas mereka masing-masing (Eva Kusumaningtyas dan Romyeni, 2022). Saat ini aplikasi TikTok juga berperan sebagai platform edukasi mengenai berbagai hal dan telah mendapatkan dukungan dari Kemendikbudristek Republik Indonesia dalam program #SamaSamaBelajar dan TikTok menjadi media pembelajaran yang dapat memberikan beragam informasi dan pengetahuan baru bagi siapapun (Rahmana dkk., 2022). Konten edukasi di TikTok memungkinkan pengguna untuk tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga melakukan proses pembelajaran dengan menerima, memahami, dan mengolah informasi yang disajikan (Andini, 2023).

Akun TikTok @Vinamuliana banyak diminati karena konten edukasinya berfokus pada dunia kerja, BUMN, dan persiapan terkait lainnya, hingga pada tahun 2022 Vina mendapatkan penghargaan TikTok Awards pada kategori *Best of Learning and Education*. Konten Vina Muliana menarik karena kemampuannya menjelaskan pengetahuan seputar dunia kerja, memberikan informasi tentang tips profesional dalam dunia

kerja yang mungkin belum diketahui, terutama bagi para *fresh graduate* atau lulusan baru. Selain itu ia juga membahas topik seputar pekerjaan di BUMN, strategi untuk memasuki perusahaan BUMN atau industri lainnya, tips wawancara, *personal branding*, saran dalam menghadapi tantangan di dunia kerja dan mencari pekerjaan, serta strategi mencari dan menghadapi dunia kerja (Ramadhani dan Faridah, 2023). Semua konten ini dirancang dan ditujukan untuk membantu audiens mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja (Vidyana dan Atnan, 2022). Berdasarkan penjelasan diatas yang menunjukkan banyaknya pengikut akun TikTok @Vinamuliana, dapat diartikan bahwa konten @Vinamuliana adalah konten yang efektif sehingga konten tersebut mendapat banyak atensi dari audiens. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas sebuah konten yaitu (Vidyana and Atnan, 2022):

- a. Dapat membangkitkan rasa ingin tahu  
Konten yang disajikan dapat memunculkan rasa ingin tahu dan mengundang interaksi dengan audiens.
- b. Adanya pembaharuan konten  
Konten kreator akan melakukan pembaharuan pada konten-kontennya sesuai dengan lingkup atau tema kontennya dan fenomena tertentu.
- c. Keunikan konten  
Konten yang kreatif dan memiliki gaya unik atau khas dari konten kreator tersebut.

Jumlah pencari kerja semakin mengalami peningkatan setiap tahun namun tidak diiringi dengan penambahan jumlah lapangan kerja (Febianti dkk., 2023). Dengan demikian, persaingan dalam mendapatkan pekerjaan semakin ketat. Dilansir dari website [tribunnews.com](http://tribunnews.com), jenis perusahaan yang paling diminati oleh para pencari kerja saat ini adalah BUMN (dengan persentase 50 persen), perusahaan asing (dengan persentase 30 persen), dan *startup* lokal (dengan persentase 20 persen). Minat yang tinggi terhadap perusahaan BUMN menunjukkan tingkat persaingan yang ketat bagi para pencari kerja. Terlepas dari pendidikan formal yang telah diperoleh, aspek pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk bersaing di dunia kerja masih terbatas. Oleh karena itu, penting bagi para calon pekerja untuk meningkatkan aspek pengetahuan, pengalaman, dan profesionalitas dalam menghadapi persaingan yang kompetitif di dunia kerja. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan aktif belajar dan mengumpulkan informasi serta pengetahuan melalui konten edukatif yang tersedia di media sosial.

Profesionalitas merupakan aspek penting yang harus dimiliki individu dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dalam lingkup pekerjaannya. Profesionalitas dapat diartikan sebagai sikap mental dan kemauan seseorang untuk terus mengembangkan kemampuan dan sikap profesionalnya melalui berbagai cara dan strategi (Setyo Yunarti, 2022). Secara singkat, profesionalitas juga dapat diartikan sebagai kemampuan dan kemauan seorang anggota profesi untuk bertindak secara profesional (Sasmito, 2022). Terdapat beberapa hal penting yang berkaitan atau dapat membentuk suatu sikap profesional (Andrias, 2021) yaitu :

- a. Keahlian, keterampilan, dan pengetahuan yang dimiliki seseorang
- b. Fokus dalam mencapai tujuan
- c. Sikap sungguh-sungguh atau ketekunan dalam menjalankan tugas dan profesi
- d. Kemauan untuk terus berinovasi dan melakukan perubahan atau pengembangan diri

Penelitian ini menggunakan teori *Stimulus Organism Respons* yang dikemukakan oleh Hovland (1953) yang menyampaikan bahwa dalam proses komunikasi berkaitan dengan perubahan tingkah laku (Yomiko and Siagian n.d. 2024). Teori ini juga dijelaskan Deddy Mulyana dalam buku *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* yang mengasumsikan bahwa setiap pesan yang disampaikan akan mendorong komunikan untuk memberikan respon atau tanggapan dengan cara tertentu dan mempunyai efek mengubah tindakan komunikasi berikutnya. Dalam teori ini juga menekankan bahwa setiap pesan yang disampaikan mampu memberikan motivasi, gairah maupun dorongan kepada seseorang sehingga akan mendorong terjadinya perubahan tingkah laku (Nurcholis

dan Rizki Putra, 2020). Teori ini mengandung tiga aspek penting, yaitu *stimulus* atau pesan, *organism* atau penerima atau komunikan, dan *respons* atau reaksi atau efek. Dalam teori ini dijelaskan bahwa setiap pesan atau stimulus yang diberikan akan diproses dan menimbulkan respon atau efek berbeda berupa perubahan tingkah laku dari individu (Widyasari et al., 2023).

Pada beberapa penelitian sebelumnya terdapat penelitian yang membahas mengenai konten edukasi pada akun TikTok @Vinamuliana yaitu Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers oleh Ajeng dan Kiki (2023) (Ajeng Nurhasanah & Kiki Zakiah, 2023), Peranan Konten TikTok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karir (Ningtyas et al., 2023), dan Personal Branding Vina Muliana Melalui Media Sosial TikTok oleh Meta Chania (2023). Hasil temuan beberapa penelitian diatas menunjukkan bahwa konten edukasi TikTok Vina Muliana berpengaruh terhadap pemenuhan informasi seputar dunia kerja dan personal branding yang dilakukan Vina Muliana mampu menguatkan dirinya sebagai salah satu konten kreator yang menguasai pengetahuan seputar dunia kerja. Namun dari beberapa penelitian sebelumnya, belum ada yang membahas bagaimana konten edukasi mempengaruhi sikap profesionalitas seseorang yang akan masuk dalam dunia kerja. Mengingat sikap profesionalitas merupakan salah satu aspek penting yang harus dimiliki individu dalam dunia kerja. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda yaitu tingkat profesionalitas. Pada penelitian ini, tujuan peneliti adalah ingin mengukur seberapa besar pengaruh konten edukasi TikTok @VinaMuliana terhadap tingkat profesionalitas mahasiswa tingkat akhir. Dari tujuan tersebut bisa ditarik rumusan masalah, yaitu bagaimana pengaruh konten edukasi pada akun TikTok @Vinamuliana terhadap tingkat profesionalitas mahasiswa tingkat akhir? Manfaat atau pentingnya penelitian ini dilakukan yaitu karena dari penelitian ini bisa diketahui apakah konten edukasi seperti pada akun TikTok @VinaMuliana bisa mempengaruhi tingkat profesionalitas bagi mahasiswa tingkat akhir atau tidak, dan mengetahui seberapa besar pengaruhnya bagi mahasiswa tingkat akhir. Dari uraian diatas dapat dirumuskan hipotesa sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : Tidak ada pengaruh antara konten edukasi TikTok @Vinamuliana terhadap tingkat profesionalitas mahasiswa tingkat akhir

H<sub>1</sub> : Ada pengaruh antara konten edukasi TikTok @Vinamuliana terhadap tingkat profesionalitas mahasiswa tingkat akhir

## METODE

Dalam penelitian ini diterapkan metode penelitian kuantitatif. Konten edukasi adalah variabel bebas dalam penelitian ini, sedangkan tingkat profesionalitas adalah variabel terikat. Pada penelitian ini digunakan skala interval, yaitu skala sikap Likert. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah *followers* atau pengikut akun TikTok @Vinamuliana yang merupakan seorang mahasiswa tingkat akhir dengan usia 21-25 tahun dan fresh graduate. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Sampel diambil berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian (Rahmi dan Alfurqan, 2021). Dari hasil perhitungan menggunakan teknik purposive sampling, diperoleh total sampel sebanyak 96 individu. Kemudian dilakukan unsur pembulatan dan mengambil sampel sebanyak 100 individu. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode survei melalui kuesioner sebagai alat pengumpulan data responden. Survei berisi halaman persetujuan sebagai partisipan, data demografi partisipan, dan beberapa alat ukur atau instrumen yang diperlukan penelitian ini. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana karena pada penelitian ini terdapat masing-masing satu variabel bebas dan terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Dalam penelitian ini data diuji menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, diperoleh data-data instrumen yang selanjutnya divalidasi terlebih dahulu untuk mengetahui pengukuran data instrumen dengan lebih akurat (Vidyana dan Atnan, 2022). Apabila sebuah instrumen dikatakan valid, maka instrumen tersebut memiliki tingkat validitas tinggi. Sebaliknya, apabila sebuah instrumen dikatakan tidak valid, maka instrumen tersebut memiliki tingkat validitas rendah. Dalam penelitian ini sebuah instrumen bernilai valid jika memiliki nilai  $Sig < 0,05$  atau dapat diuji dengan rumus  $r$  hitung  $> r$  tabel. Berdasarkan hasil pengujian, 15 item pernyataan variabel X hanya memperoleh 11 item pernyataan valid. Sedangkan pada variabel Y memperoleh 27 item pernyataan valid dari total 29 item pernyataan.

### Uji Reliabilitas

Pengujian selanjutnya yaitu melakukan uji reliabilitas. Pada uji ini nantinya dapat diketahui apakah instrumen yang digunakan pada masing-masing variabel bernilai reliabel atau tidak. Dengan memperhatikan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut : apabila nilai Cronbach's Alpha  $> r$  tabel maka instrumen tersebut reliabel. Begitu sebaliknya, apabila nilai Cronbach's Alpha  $< r$  tabel maka instrumen tersebut tidak reliabel. Pada penelitian ini instrumen variabel X menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,859 dengan  $r$  tabel sebesar 0,514, maka instrumen variabel X sudah reliabel.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	15

Cronbach's Alpha = 0,859 ,  $R_{tabel} = 0,514$

$0,859 > 0,514$

Maka variable X = reliabel.

Instrumen variabel Y menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,926 dengan  $r$  tabel sebesar 0,367, maka instrumen variabel Y sudah variabel.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	29

Cronbach's Alpha = 0,926 ,  $R_{tabel} = 0,367$

$0,926 > 0,367$

Maka variable Y = Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa instrumen variabel Y dalam penelitian ini sudah reliabel.

### Uji Regresi Linier Sederhana

Pengujian selanjutnya adalah uji regresi linier sederhana yang bertujuan mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidak antara variabel X dengan variabel Y. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana dan diperoleh hasil seperti pada tabel berikut.

**Tabel 1. Tabel Uji Regresi Linier Sederhana ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3049.588	1	3049.588	151.003	.000 <sup>a</sup>
Residual	1979.162	98	20.196		
Total	5028.750	99			

- a. Predictors: (Constant), konten edukasi  
 b. Dependent Variable: tingkat profesionalitas

Sumber : Data diolah.

Pada perhitungan regresi linier sederhana dirumuskan jika nilai signifikansi < 0,05 maka H1 diterima dan H0 ditolak. Sebaliknya, jika nilai signifikansi > 0,05 maka H1 ditolak dan H0 diterima. Dari output hasil olah data SPSS diatas, diperoleh nilai F sebesar 151,003 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Maka dari itu dapat ditarik hasil nilai signifikansi 0,000 < 0,05 yang bermakna variabel konten edukasi @Vinamuliana memiliki pengaruh terhadap variabel tingkat profesionalitas.

**Tabel 2. Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.475	6.345		1.966	.052
Konten edukasi	2.047	.167	.779	12.288	.000

- a. Dependent Variable: tingkat profesionalitas

Sumber : Data diolah.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana pada tabel diatas diperoleh persamaan regresi yaitu :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 12,475 + 2,047X$$

Koefisien regresi sebesar 2,047 mengandung arti bahwa setiap penambahan satu skor konten edukasi maka tingkat profesionalitas akan meningkat sebesar 2,047.

Dari data diatas, diperoleh nilai koefisien sig sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan taraf signifikansi 0,05, maka diperoleh hasil 0,000 < 0,05 yang menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel konten edukasi TikTok @Vinamuliana terhadap variabel tingkat profesionalitas mahasiswa tingkat akhir.

### Uji Koefisien Determinasi

Pada penelitian ini dilakukan uji koefisien determinasi guna mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

**Tabel 3. Tabel Uji Koefisien Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 <sup>a</sup>	.606	.602	4.49394

- a. Predictors: (Constant), konten edukasi

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil koefisien determinasi pada kolom Adjusted R Square yaitu sebesar 0,602 atau dalam bentuk persennya adalah 60,2%. Besar pengaruh konten edukasi terhadap tingkat profesionalitas sebesar 60,2% yang diperoleh dari hasil output nilai koefisien determinasi pada kolom *Adjusted R Square*, sedangkan 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Dari data ini dapat diartikan bahwa variabel konten edukasi @Vinamuliana (X) memberikan pengaruh cukup signifikan kepada variabel tingkat profesionalitas (Y) sebesar 60,2%.

Berdasarkan temuan hasil analisis diatas, didapati hasil yaitu terdapat pengaruh yang cukup signifikan antara konten edukasi TikTok @Vinamuliana terhadap tingkat profesionalitas mahasiswa tingkat akhir. Beberapa faktor yang mempengaruhi konten edukasi sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap tingkat profesionalitas mahasiswa tingkat akhir yaitu dapat membangkitkan rasa ingin tahu, pembaharuan konten, dan keunikan konten. Dapat dilihat bahwa konten yang disajikan oleh @Vinamuliana disajikan dengan jelas dan mampu mempengaruhi tingkah laku serta pemikiran mereka. Hal ini juga selaras dengan salah satu hasil penelitian sebelumnya yang berjudul “Peran Konten Edukasi TikTok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karier Remaja Surabaya” yang mengatakan bahwa dengan menonton konten edukasi Vina Muliana dapat mendorong dan memberikan semangat untuk terus berusaha dan mengaplikasikannya pada kehidupan nyata mereka (Ningtyas et al., 2023).

Hal ini juga sesuai dengan teori *Stimulus Organism Respons* yang mengemukakan bahwa dalam proses komunikasi berkaitan dengan perubahan tingkah laku. Seperti yang dikemukakan Deddy Mulyana mengenai teori *Stimulus Organism Respons* dalam buku *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* bahwa setiap pesan yang diterima individu akan merangsang individu untuk memberikan respon tertentu dan memberikan efek untuk mengubah tindakan mereka. Hal ini juga terkait pada unsur komunikasi yaitu *source* (pengirim pesan), *messages* (pesan), *channel* (media), dan *response* (respon). Sebagai contoh, ketika seorang pengangguran mendapat berita lowongan pekerjaan melalui media sosial, ia akan bergegas untuk mencari informasi lowongan tersebut secara lebih mendalam dan mempersiapkan segala dokumen yang diperlukan. Contoh tersebut mengilustrasikan konsep stimulus-respon dalam konsep menerima informasi atau pesan melalui media sosial. Ketika pesan (stimulus) telah sampai kepada individu (organism), maka individu tersebut memberikan respon dengan melakukan suatu tindakan akibat rangsangan dari pesan yang diterima. Dalam hal ini pesan atau informasi tersebut mempengaruhi diri mereka untuk bertindak melakukan sesuatu dan mengembangkan diri menjadi individu yang profesional. Selain itu juga memberikan pengetahuan baru dan mendorong audiens untuk fokus dan disiplin dalam mencapai tujuannya yaitu mendapatkan pekerjaan. Dari hal diatas dapat menunjukkan bahwa informasi atau pesan yang disampaikan oleh akun Vinamuliana dianggap dapat dipercaya dan diterima oleh khalayak, sehingga membangkitkan rasa ingin tahu mereka terhadap konten-konten selanjutnya. Rasa penasaran dan rasa ingin tahu dari khalayak dapat mendorong Vina Muliana untuk terus memperbaharui kontennya dengan topik yang relevan dan bermanfaat bagi audiens.

Berdasarkan hasil perhitungan yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara penyajian konten edukasi @Vinamuliana terhadap tingkat profesionalitas mahasiswa, menunjukkan bahwa proses penyampaian pesan oleh @Vinamuliana juga bersifat positif dan efektif. Hal ini juga berhubungan dengan salah satu bidang dalam ilmu komunikasi yaitu mengenai strategi komunikasi dalam proses pengiriman pesan. Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, merupakan perencanaan dalam proses berkomunikasi yang memanfaatkan manajemen komunikasi guna mencapai tujuan atau sasaran yang sudah ditetapkan. Tujuan atau sasaran dari strategi komunikasi adalah untuk menjamin tersampainya pesan dari komunikator kepada komunikan dan dapat dipahami, yang pada akhirnya dapat memotivasi untuk memberikan aksi atau tindakan dari pesan yang telah diterima.

Menurut Arifin (1994), ada beberapa teknik yang diterapkan dalam strategi komunikasi yaitu (Ramadhani dan Faridah, 2023) :

a. *Redudancy (Repetition)*

Teknik ini dilakukan dengan mengulang-ulang pesan yang disampaikan. Dengan demikian, khalayak akan lebih memperhatikan pesan tersebut daripada pesan yang lain. Contoh konten video yang memuat teknik repetisi yaitu video seputar rekrutmen BUMN/CPNS, lowongan pekerjaan, dan cara membuat CV. Dalam akunnya Vina banyak membuat konten yang sama dan berulang seputar dua hal diatas. Contoh beberapa video tersebut antara lain “Bantu Review CV Netizen”, “Template CV Bagus Buat Kerja Beda Bidang”, “Pengumuman Formasi CPNS 2024”, “Update Jadwal Seleksi CPNS 2024”, “Loker BUMN Buat Semua Jurusan”, “Bocoran Rekrutmen CPNS & BUMN Tahun 2024”, dan lainnya.

b. *Informative*

Teknik ini dilakukan dengan menyampaikan informasi yang sesungguhnya, apa adanya, berdasarkan fakta yang akurat dan disampaikan dalam bentuk pernyataan, berita, dan lain-lain.

c. *Educational*

Teknik ini merupakan teknik yang bertujuan untuk mendidik atau memengaruhi pemikiran khalayak berdasarkan fakta, opini, serta pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

d. *Persuasive*

Teknik ini merupakan teknik mempengaruhi dengan cara membujuk atau meyakinkan khalayak. Dengan diyakinkan, khalayak akan lebih mudah untuk menerima pesan daripada dipaksa. Salah satu contoh judul video yang memuat teknik persuasif yaitu “Cara Gampang Buat CV MSIB”. Dari judul tersebut kata “gampang” menjadi kata kunci untuk meyakinkan khalayak.

Selain melakukan beberapa strategi komunikasi, Vina juga cakap dalam *public speaking* dan melakukan banyak teknik komunikasi efektif seperti berbicara dengan antusias, menggunakan bahasa tubuh, percaya diri, menyampaikan informasi secara jelas dan ringkas, serta teknik komunikasi lainnya. Beberapa faktor tersebut membuat konten Vina Muliana terkesan unik dengan ciri khas pembawaannya yang mudah dipahami. Terlepas dari hal tersebut, *personal branding* Vina Muliana sebagai pemenang TikTok Awards pada kategori *Best of Learning and Education* tahun 2022 lalu semakin menambah daya tarik dan kepercayaan khalayak kepada Vinamuliana sebagai kreator konten edukasi sehingga kontennya banyak ditonton oleh khalayak. Hal ini dapat diperkuat dengan hasil penelitian sebuah jurnal yang berjudul “Analisis Media Baru TikTok sebagai *Personal Branding* (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun TikTok @Vmuliana)” yang menyatakan bahwa *pesonal branding* yang diterapkan oleh Vina Muliana melalui akun TikToknya mencakup semua atau delapan konsep penting dari *personal branding* (Putri & Febriana, 2023). Selain itu hasil pada penelitian lain dengan judul “Pengaruh Personal Branding terhadap Brand Image Secondate Beauty” menyatakan bahwa korelasi antara *personal branding* dengan *branding image* berada dalam kategori hubungan kuat. Karena salah satu tujuan dari *personal branding* ialah untuk menarik kepercayaan orang lain dengan citra diri seseorang yang tentunya memiliki ciri khas tersendiri (Fariza, 2023). Dengan demikian, konten edukasi Vina Muliana dapat memberikan pengaruh yang signifikan bagi pengikutnya.

Adapun saran dari penulisan penelitian ini adalah perlu ditindaklanjuti dan dianalisis lebih mendalam mengenai pengaruh konten edukasi pada media sosial dan analisis lebih mendalam pada faktor-faktor profesionalitas yang mungkin belum dimuat pada penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang cukup signifikan antara konten edukasi TikTok @Vinamuliana terhadap tingkat profesionalitas mahasiswa tingkat akhir. Hal tersebut menunjukkan bahwa konten-konten yang disajikan oleh Vinamuliana cukup efektif dalam mempengaruhi profesionalitas para pengikut serta menunjukkan bahwa media sosial efektif sebagai sarana edukasi atau sarana pembelajaran untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan baru di tengah era digital saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng Nurhasanah, & Kiki Zakiah. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 99–104. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v3i2.2700>
- Andini, P. R. (2023). Pengaruh Konten Pada Official Akun TikTok Ruangguru Terhadap Prestasi Belajar Followers. In *Jurnal Janaloka* (Vol. 1, Issue 1).
- Eva Kusumaningtyas, R. (n.d.). (2022). Pengaruh Content Creator TikTok @vmuliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Dunia Kerja Di Kalangan Followers. In *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu* (Vol. 1, Issue 3).
- Fariza, F. I. (2023). Pengaruh Personal Branding Terhadap Brand Image Secondate Beauty. In *COMMUNICATIONS* (Vol. 5, Issue 2). <https://doi.org/Communication5.2.6>
- Febianti, A., Shulthoni, M., Masrur, M., Aris Safi, M., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan, umur, jenis kelamin, dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja di Indonesia (Vol. 2, Issue 1).
- Ningtyas, R. A., Zafira, E., & Zahria, R. (2023). Peran Konten TikTok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karier Remaja Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional*, 533–543.
- Nurcholis, A., & Rizki Putra, T. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM (Vol. 2, Issue 1).
- Putri, E. M., & Febriana, P. (2023). Tiktok New Media Analysis as Personal branding (Qualitative Description Study on Tiktok Account @Vmuliana). *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(4), 2517–2524. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i4.1399>
- Rahmana, P. N., Putri N, D. A., & Damariswara, R. (2022). PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI DI ERA GENERASI Z. *Akademika*, 11(02), 401–410. <https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959>
- Rahmi, L. (n.d.). (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA AUDIO VISUAL TERHADAP MINAT BELAJAR SISWA PADA MASA PANDEMI COVID-19.
- Ramadhani, K. R., & Faridah, F. (2023). Analysis of the Content of Communication Messages by Tiktok Video Content on Vina Muliana's Account in Entering the World of Work. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(2), 297–311. <https://doi.org/10.21107/pamator.v16i2.19648>
- Ruth, D., & Candraningrum, A. (n.d.). (2020). Debra Ruth, Diah Ayu Candraningrum: Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram.
- Sasmito, Y. (2022). Analisis Profesionalitas Aparatur Sipil Negara Berdasarkan Pengukuran Indeks Profesionalitas ASN (IP ASN) di Badan Perencanaan Pembangunan dan Penelitian Pengembangan Daerah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(1), 31–43. <https://doi.org/10.35967/njip.v21i1.262>

- 4920 *Pengaruh Konten Edukasi Pada Akun TikTok @Vinamuliana Terhadap Tingkat Profesionalitas Mahasiswa Tingkat Akhir – Valerie Christina Putri*  
DOI: <https://doi.org/10.31004/basicedu.v8i6.9112>
- Setyo Yunarti, B. (2022). *FAKTOR PENGHAMBAT PENGEMBANGAN KOMPETENSI PROFESIONALISME GURU MELALUI PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI SMA NEGERI 1 MERAUKE: Vol. X (Issue 2).*
- Tinggi, S., Syalom, T., & Lampung, B. (2021). *Andrias Pujiono (Vol. 1, Issue 2).*  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/profesi>.
- Vidyana, A. N., & Atnan, N. (2022). Pengaruh Konten Edukasi Tiktok Terhadap Pengetahuan Mahasiswa: Sebuah Kajian Sosiologi Pendidikan. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7131–7144.  
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3453>
- Widyasari, F. M., Oktivera, E., Wirawan, F. W., Studi, P., Komunikasi, I., Tinggi, S., & Tarakanita, S. (2023). Pengaruh Terpaan Informasi Kesehatan Mental terhadap Sikap Followers di Media Sosial Instagram. In *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi (Vol. 12, Issue 2).*
- Yomiko, R., & Siagian, Y. M. (n.d.). (2024). *Analisis Pengaruh Stimuli terhadap Purchase Intention: Pendekatan Model SOR.*