

Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Pengetahuan Seputar Karir Kerja Bagi Mahasiswa

Hana Khairunnisa¹, Siti Komsiah², Syaifuddin³

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Alamat: Jl. Pangeran Diponegoro No.74 Jakarta Pusat^{1,2,3}

E-mail: hanakhairunnisa10@gmail.com¹, siti.komsiah70@gmail.com²,
udin.sayuti69@gmail.com³

ABSTRAK

Pengetahuan mengenai karir jarang disertakan dalam kurikulum formal perguruan tinggi, sehingga mahasiswa sering kali harus mencari informasi tentang karir secara mandiri. Namun, hadirnya akun TikTok @vmuliana mampu menjawab tantangan ini dengan menyediakan konten-konten yang membahas isu-isu seputar karir, mulai dari tahap awal seperti cara mendaftar hingga tips memulai karir. Penelitian ini bertujuan untuk menilai seberapa besar pengaruh penggunaan konten TikTok @vmuliana terhadap pengetahuan mahasiswa tentang karir. Teori yang digunakan adalah teori Uses and Effects. Metode penelitian yang diterapkan adalah kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada mahasiswa yang menjadi pengikut akun TikTok @vmuliana. Analisis data dilakukan menggunakan korelasi, regresi, koefisien determinasi, dan uji parsial (t). Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara konten TikTok dan pengetahuan seputar karir. Koefisien regresi menunjukkan nilai positif, menandakan adanya hubungan searah, dengan koefisien determinasi sebesar 38%. Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang signifikan dari konten TikTok terhadap pengetahuan seputar karir, dengan tingkat hubungan yang kuat. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai t-hitung > t-tabel, yang menandakan adanya pengaruh yang signifikan antara konten TikTok dan pengetahuan seputar karir.

Kata kunci : Konten TikTok, Pengetahuan Karir, kurikulum, Informasi

ABSTRACT

Knowledge about careers is rarely included in the formal college curriculum, so students often have to look for information about careers independently. However, the presence of @vmuliana's TikTok account is able to answer this challenge by providing content that discusses career-related issues, ranging from the initial stages such as how to apply to tips on starting a career. This study aims to assess how much influence the use of TikTok @vmuliana content has on students' knowledge about careers. The theory used is the Uses and Effects theory. The research method applied is explanatory quantitative using the survey method. Data were collected through questionnaires distributed to students who are followers of the @vmuliana TikTok account. Data analysis was carried out using correlation, regression, coefficient of determination, and partial test (t). The results showed a strong correlation between TikTok content and career knowledge. The regression coefficient shows a positive value, indicating a unidirectional relationship, with a coefficient of determination of 38%. The conclusion of this study is that there is a significant influence of TikTok content on knowledge about careers, with a strong level of relationship. The results of hypothesis testing show that the t-count > t-table value, which indicates a significant influence between TikTok content and knowledge about careers.

Key Words: TikTok Content, Career Knowledge, curriculum, Information

1. PENDAHULUAN

Dengan adanya perkembangan di era digital ini semua pasti ada manfaatnya. Terkait dengan media sosial terdapat banyak manfaat di dalamnya, terutama media sosial sebagai media informasi, hiburan, persuasi, pendidikan dan lain sebagainya. Dapat dikatakan seberapa pentingnya informasi untuk kehidupan masyarakat sangatlah penting, karena dari informasi lah masyarakat dapat memiliki pengetahuan dan pengetahuan sendiri adalah pondasi masyarakat untuk mengenal luas apa yang ada di luar sana.

Saat ini jejaring sosial itu sendiri memiliki berbagai platform mulai dari Facebook, Twitter, Instagram, YouTube hingga saat ini salah satu yang ramai penggunanya dan sangat populer di semua kalangan yaitu TikTok. Penggunaan aplikasi TikTok dapat digunakan sebagai hiburan dalam bentuk video, namun TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, namun diantaranya digunakan sebagai media penunjang kreativitas, media untuk bernisnis, fashion, dan media penunjang edukasi mengenai karir mulai dari media pencarian informasi lowongan kerja, media pengetahuan seputar tips dan trik persiapan diri saat melamar kerja untuk mempersiapkan jalan karir pada masing-masing individu yang membutuhkan.

Pembahasan seputar karir ini adalah salah satu hal yang penting untuk dikaji pada kalangan mahasiswa/i, khususnya mahasiswa/i tingkat akhir. Dengan banyaknya lulusan sarjana yang terus ada disetiap tahunnya, persaingan dalam dunia kerja

semakin ketat. Setiap perusahaan tentunya memiliki kriteria calon karyawan untuk ditempatkan di perusahaannya. Hal inilah yang membentuk suatu alasan mengapa saat ini banyak kalangan mahasiswa/I tingkat awal maupun akhir yang memutuskan untuk bekerja sambil kuliah dengan tujuan mempersiapkan jalan karirnya serta mendapatkan pengalaman kerja.

Bagi perusahaan, mahasiswa/I yang memiliki pengalaman kerja akan terlihat lebih menarik dan hal ini yang menjadi pemicu mengapa banyak mahasiswa/I yang mulai berkuliah sambil bekerja, dengan alasan yaitu mahasiswa/I ingin mempersiapkan jalan karirnya secara baik, dengan harapan akan mendapatkan pekerjaan dengan mudah yang sesuai dengan minat dan passion masing-masing setelah lulus kuliah nantinya.

Pengetahuan adalah area penting dalam pengembangan perilaku terbuka. Memahami atau mengenali suatu ilmu pengetahuan adalah langkah awal dalam proses kognitif yang mengarah pada perolehan pengetahuan. Pengetahuan seputar karir sendiri merupakan sebuah pengetahuan yang didapat atas rasa keingintahuan tentang hal-hal karir kerja.

Berdasarkan latar belakang masalah penulis mengangkat judul pada penelitian ini dengan judul "Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Pengetahuan Seputar Karir Kerja Bagi Mahasiswa (Survei Pada

Followers Akun TikTok @vmuliana)".

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar serta adakah pengaruh dari konten TikTok terhadap Pengetahuan Seputar Karir Bagi Mahasiswa/i (Survei Pada Followers Akun TikTok @vmuliana).

2. LANDASAN TEORI

teori uses and effect

Berdasarkan pada teori uses and effect yang disuarakan oleh Sven Windahl (1979), dimana Teori ini merupakan gabungan dari teori uses and gratification dan teori tradisional tentang efek, dimana teori uses and gratification memfokuskan pada penggunaan media yang ditentukan oleh kebutuhan individu, sedangkan pada teori uses and effect, kebutuhan individu menjadi salah satu faktor yang mendorong atau menyebabkan penggunaan suatu media atau harapan dan persepsi terhadap media akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media tersebut (Daryanto, 2014:156).

Asumsi dasar dari teori uses and effect yaitu menekankan pada berbagai efek dari konsumsi media pada setiap individu. Teori ini akan sangat bergantung pada hasil dari proses komunikasi massa dan hubungannya dengan penggunaan media. Dapat disimpulkan, teori ini menjelaskan bahwa efek penggunaan media sosial dipengaruhi oleh konten media dan bagaimana media tersebut

Komunikasi

Bernard Barelson dan Gary. A. Steiner (1964) menerangkan komunikasi

merupakan sebuah proses sosial yang melibatkan pertukaran dan pemahaman pesan antara individu atau kelompok. Proses ini melibatkan pengkodean pesan oleh pengirim, penyampaian pesan melalui saluran komunikasi, dan pemahaman pesan oleh penerima (Suryanto, 2015:50).

Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka" (Cangara, 2014:35).

Media Baru (New Media)

Menurut McQuail (2011) Media baru ialah perkembangan lebih lanjut dari teknologi komunikasi massa digital dimana seseorang dapat berkomunikasi melalui dunia maya tanpa harus bertatap muka menggunakan internet. (Hidayat dkk, 2022:109).

Media Sosial

Media sosial adalah sebuah platform online yang memungkinkan orang untuk mengekspresikan diri, berkomunikasi, bekerja sama, berbagi, berbicara, dan membangun hubungan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015:11).

Media sosial mengandalkan teknologi berbasis web dan sekarang seluler untuk membuat platform yang sangat interaktif untuk berkomunikasi, berbagi, berinteraksi, dan memodifikasi konten buatan pengguna. Pergeseran yang meluas ini berdampak besar pada cara individu, komunitas, dan organisasi komunikasi (Kencana dkk, 2022:140).

Konten

Frasa "konten" pertama kali muncul di sektor penerbitan, di mana kata-kata, gambar, dan grafik bergerak harus cukup menarik untuk menarik audiens ke platform publikasi, seperti surat kabar, majalah, stasiun TV, atau stasiun radio. (Holliman & Rowley 2014:271)

Sedangkan menurut Ikapi, struktur informasi pada halaman web atau informasi yang tersedia melalui media adalah definisi dari konten. Sebagai komponen nilai tambah media, frasa ini digunakan untuk menggambarkan dan mengukur berbagai bentuk dan genre informasi. (Basarah & Gustina, 2020:24).

Karakteristik konten itu menjadi menarik apabila konten tersebut menarik suatu kalangan khalayak dan terdapat pengaruh dari hasil konten tersebut. Yang harus diperhatikan dalam pembuatan konten ialah, kualitas konten, keandalan konten, dan pemahaman konten.

Platform TikTok

TikTok adalah aplikasi yang memberikan efek khusus yang unik dan menarik yang mudah digunakan dan memungkinkan pengguna untuk membuat film pendek dengan hasil yang keren untuk dibagikan kepada teman dan orang lain. Aplikasi video sosial pendek ini menawarkan banyak dukungan musik, sehingga pengguna dapat melakukan tarian dan aksi gaya bebas untuk merangsang kreativitas mereka sebagai pembuat konten.

Pengguna perangkat lunak TikTok dapat membuat video musik cepat mereka sendiri. Aplikasi yang dibuat oleh pengembang asal Tiongkok ini dirilis pada bulan September 2016. TikTok, sebuah aplikasi video musik dan jejaring sosial, diperkenalkan oleh Byte Dance Inc. untuk mengembangkan bisnisnya ke Indonesia. TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh pada kuartal pertama (Q1) 2018 dengan 45,8 juta unduhan (Pratama & Muchlis, 2020:180).

Informasi

Informasi adalah persyaratan mendasar untuk setiap tindakan agar dapat membuat keputusan tanpa kesalahan. Informasi juga dapat dianggap sebagai

data yang telah diubah menjadi sesuatu yang lebih berharga dan bermakna bagi penerimanya. Informasi adalah sekelompok fakta atau data yang telah diproses atau disusun dengan cara tertentu sehingga penerimanya dapat memahaminya (Anggraeni & Irviani, 2017:13).

Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo, Mengetahui menghasilkan pengetahuan, dan mengetahui terjadi ketika seseorang telah menyiagakan inderanya terhadap suatu hal. Kelima indera tubuh manusia yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, pengecap, dan perabaan, yakni digunakan untuk penginderaan. Sebagian besar yang kita pelajari sebagai manusia datang melalui mata dan pendengaran. (Jenni, 2019:4)

Shalahudin (2009) menjelaskan kalau pengetahuan atau tingkat kecerdikan merupakan kemampuan untuk menempatkan kaitan dari prosedur berpikir. Sedangkan Jean Piaget (2009) mengatakan bahwa tingkat pengetahuan merupakan akal budi berdasarkan aspek kognitifnya. Perubahan perilaku akan bergantung pada tingkat pemahaman seseorang. Hal ini menyiratkan bahwa kemungkinan perubahan perilaku untuk mencerminkan pengetahuan baru akan meningkat seiring dengan bertambahnya pengetahuan (Apriliana, 2019:182).

Karir

Karir merupakan suatu bidang pekerjaan yang telah dijalani seseorang sepanjang hidupnya. (Ebtanastiti, 2014:3) Karir merupakan pekerjaan, profesi. Frasa "karir" dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2010) mengacu pada pertumbuhan dan peningkatan kehidupan, pekerjaan, atau status seseorang. Pekerjaan yang dimaksud sering kali adalah pekerjaan yang menghasilkan uang. (Ebtanastiti, 2014:3).

Karir adalah serangkaian langkah yang harus diselesaikan sebelum melakukan seleksi profesional. Sebelum melakukan pemilihan profesional, seseorang perlu melalui proses karir. Merencanakan karir akan membantu individu untuk tidak terlalu cemas dan bingung ketika mereka mencari informasi tentang karir dan membuat penilaian tentang karir yang ideal. Rencana karir adalah strategi yang digunakan oleh karyawan dan anggota organisasi lainnya untuk mengejar promosi dan posisi yang sesuai dengan kualifikasi mereka dan kebutuhan peran (Daryanto & Mohammad, 2015:264).

Sharf (1992) menjelaskan setidaknya terdapat 6 (enam) dimensi yang dapat diukur mengenai kematangan karir, yaitu Career planning (perencanaan karir), Career exploration (eksplorasi karir), Decision making (pengetahuan tentang membuat keputusan karir), World of work information (pengetahuan tentang dunia kerja), Knowledge of preferred occupational group (pengetahuan tentang kelompok pekerjaan yang lebih disukai), Realisation (realisasi keputusan karir). (Zakiyah et. al, 2023:20)

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar dengan Google Form kepada responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah followers akun TikTok @vmuliana sebanyak 7 juta pertanggal 6 Juni 2023 dengan sampel sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling dengan

kriteria tertentu diantaranya: merupakan mahasiswa/I aktif yang merupakan followers (pengikut) akun TikTok @vmuliana dan para responden pernah memberikan tanggapan seperti like, comment atau share pada konten yang telah diposting oleh akun TikTok @vmuliana.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden dengan kriteria merupakan mahasiswa/I aktif yang merupakan followers (pengikut) akun TikTok @vmuliana dan para responden pernah memberikan tanggapan seperti like, comment atau share pada konten yang telah diposting oleh akun TikTok @vmuliana, maka didapatkan hasil dari analisis data sebagai berikut:

Uji Korelasi

Tabel 1

Correlations			
		Konten TikTok	Pengetahuan Seputar Karir
Konten TikTok (X)	Pearson Correlation	1	0.617**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	100	100
Pengetahuan Seputar Karir (Y)	Pearson Correlation	0.617**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	100	100

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas nilai signifikansi adalah $0,00 < 0,05$ yang berarti variabel X dan variabel Y berkorelasi atau memiliki hubungan. Pada nilai pearson correlation 0,617 yang berarti tingkat hubungan antar

variabel termasuk dalam kategori hubungan yang kuat

Hasil perhitungan regresi pada tabel 2 diketahui nilai konstanta (a) sebesar 19.257 koefisien regresi (b) variabel konten TikTok (X) sebesar 0,433 maka diperoleh persamaan regresi rumus $Y = a + bX$ dan mendapatkan hasil $Y = 19.257 + 0,433X$. nilai positif (0,433) yang terdapat pada koefisien regresi variabel konten TikTok menunjukkan arah hubungan antar konten TikTok dengan pengetahuan seputar karir, dimana setiap kenaikan satuan variabel X akan menyebabkan kenaikan variabel Y sebesar 0,433.

Tabel 2 Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.257	4.226		4.557	0.000
	Konten TikTok	0.433	0.056	0.617	7.756	0.000

Sumber: Data Olahan SPSS 26

4.1.1 Koefisien Determinasi

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.617 ^a	0.380	0.374	3.960

a. Predictors: (Constant), Konten TikTok

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai koefisien determinasi (R) ialah sebesar 0,380% atau 48,0%. Yang berarti kontribusi variabel X terhadap variabel Y sebesar 38% dan sisanya 62% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Uji Hipotesis

Dari tabel 4 di atas, hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi Pengaruh Konten TikTok (X) terhadap

Pengetahuan Seputar Karir (Y) adalah 0,00 < 0,05 dan nilai t hitung > t tabel yaitu 7.756 > 1,984. Maka Ho ditolak Ha diterima yang mana artinya terdapat pengaruh konten TikTok (X) terhadap pengetahuan seputar karir (Y).

Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.257	4.226		4.557	0.000
	Konten TikTok	0.433	0.056	0.617	7.756	0.000

Sumber: Data Olahan SPSS 26

Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Uses and Effect, asumsi dasar dari teori uses and effect yaitu menggarisbawahi bagaimana konsumsi media menyebabkan banyak pengaruh pada seseorang atau individu. Teori ini merupakan suatu pendekatan yang dapat membangun sebuah pemahaman bagaimana kebutuhan individu ini dapat dipengaruhi dari penggunaan media atau kebutuhan individu menjadi salah satu faktor yang menyebabkan adanya penggunaan media.

Dari hasil penelitian yang sudah diteliti, pada variabel X terdapat 58% sangat setuju bahwa mahasiswa/I merasa pengetahuannya bertambah setelah melihat konten TikTok @vmuliana, selain itu juga terdapat 50% setuju bahwa mereka merasa informasi yang disampaikan pada konten TikTok @vmuliana memiliki keterkaitan dengan kebutuhannya, dan 52% dari mereka sangat setuju bahwa mereka menerapkan pengetahuan yang didapatkan dari

konten TikTok @vmuliana pada kebutuhan mereka. Hal ini sejalan dengan teori uses and effect di mana kebutuhan individu menjadi salah satu faktor yang menyebabkan adanya penggunaan media yang mana diharapkan dapat memperoleh pengetahuan seputar karir kerja. Selain itu, analisis pada variabel Y terdapat 56% setuju mereka menggunakan pengetahuan yang mereka dapat dalam membuat keputusan karir, 59% setuju bahwa mereka merasa mendapat pengetahuan seputar karir yang diperoleh, sangat membantu mereka dalam memilih pekerjaan yang disukai, dan 54% setuju bahwa mereka memiliki pengetahuan tentang dunia kerja.

Dapat diberi kesimpulan bahwa individu dalam hal ini mahasiswa/I yang merupakan followers @vmuliana menerima dampak yaitu mereka merasa informasi yang disampaikan pada konten TikTok @vmuliana memiliki keterkaitan dengan kebutuhannya, mahasiswa/I juga mampu memahami informasi yang disampaikan dalam konten-konten TikTok @vmuliana sehingga menambah pengetahuannya akhirnya dapat berpengaruh terhadap pengetahuan seputar karir kerja mahasiswa/I yakni dengan pengetahuan seputar karir yang diperoleh, sangat membantu mahasiswa/i dalam memilih pekerjaan yang disukai bagi tiap individu. Maka dapat dikatakan bahwa teori uses and effect masih relevan digunakan untuk mengetahui efek berupa pengetahuan karir yang dihasilkan dari penggunaan konten media TikTok dapat menghasilkan banyak efek bagi individu tertentu.

Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Uses and Effect, asumsi dasar dari teori uses and effect yaitu menggarisbawahi bagaimana konsumsi media menyebabkan banyak pengaruh pada seseorang atau individu. Teori ini merupakan suatu pendekatan yang dapat membangun sebuah pemahaman bagaimana kebutuhan individu ini dapat dipengaruhi dari penggunaan media atau kebutuhan individu menjadi salah satu faktor yang menyebabkan adanya penggunaan media.

Dari hasil penelitian yang sudah diteliti, pada variabel X terdapat 58% sangat setuju bahwa mahasiswa/I merasa pengetahuannya bertambah setelah melihat konten TikTok @vmuliana, selain itu juga terdapat 50% setuju bahwa mereka merasa informasi yang disampaikan pada konten TikTok @vmuliana memiliki keterkaitan dengan kebutuhannya, dan 52% dari mereka sangat setuju bahwa mereka menerapkan pengetahuan yang didapatkan dari konten TikTok @vmuliana pada kebutuhan mereka. Hal ini sejalan dengan teori uses and effect di mana kebutuhan individu menjadi salah satu faktor yang menyebabkan adanya penggunaan media yang mana diharapkan dapat memperoleh pengetahuan seputar karir kerja. Selain itu, analisis pada variabel Y terdapat 56% setuju mereka menggunakan pengetahuan yang mereka dapat dalam membuat keputusan karir, 59% setuju bahwa mereka merasa mendapat pengetahuan seputar karir yang diperoleh, sangat membantu mereka dalam memilih

pekerjaan yang disukai, dan 54% setuju bahwa mereka memiliki pengetahuan tentang dunia kerja.

Dapat diberi kesimpulan bahwa individu dalam hal ini mahasiswa/I yang merupakan followers @vmuliana menerima dampak yaitu mereka merasa informasi yang disampaikan pada konten TikTok @vmuliana memiliki keterkaitan dengan kebutuhannya, mahasiswa/I juga mampu memahami informasi yang disampaikan dalam konten-konten TikTok @vmuliana sehingga menambah pengetahuannya akhirnya dapat berpengaruh terhadap pengetahuan seputar karir kerja mahasiswa/I yakni dengan pengetahuan seputar karir yang diperoleh, sangat membantu mahasiswa/i dalam memilih pekerjaan yang disukai bagi tiap individu. Maka dapat dikatakan

bahwa teori uses and effect masih relevan digunakan untuk mengetahui efek berupa pengetahuan karir yang dihasilkan dari penggunaan konten media TikTok dapat menghasilkan banyak efek bagi individu tertentu.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis data serta pembahasan yang telah peneliti lakukan, maka pada bab ini peneliti akan menarik kesimpulan dan memberikan saran dari penelitian yang telah dilakukan:

1. Pada variabel konten TikTok (X) Akun TikTok @vmuliana memiliki konten yang sangat membantu mahasiswa/I yang merupakan followers @vmuliana

dengan memberikan informasi dalam konten- kontennya dengan sangat jelas dan baik, sehingga mudah dimengerti oleh para mahasiswa/I dengan nilai skor tertinggi yaitu sebesar 92. Kemudian pada variabel pengetahuan seputar karir (Y) mahasiswa/I yang merupakan followers @vmuliana menggali lebih dalam dan mencari informasi/mengeksplor seputar karir yang akan dipilih dengan penjelasan @vmuliana mampu memberikan pengetahuan pada mahasiswa/I sehingga mereka memiliki keinginan menggali lebih dalam konten TikTok @vmuliana untuk mendapatkan informasi lebih agar nantinya mereka mampu mempersiapkan karirnya dengan nilai skor tertinggi yaitu sebesar 89.2

2. Pada penelitian ini variabel konten TikTok(X) dan variable pengetahuan seputar karir (Y) dengan jumlah sampel 100 responden memiliki hubungan korelasi atau tingkat keeratan yang kuat yaitu sebesar 0,617 dengan tingkat signifikansi 0,000
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu sebesar $7.756 > 1,984$ sehingga dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat diberi kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Konten TikTok

@vmuliana dengan Pengetahuan Seputar Karir Kerja Bagi Mahasiswa/I yang dihasilkan dari melakukan penelitian pada followers TikTok @vmuliana

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi akun TikTok @vmuliana serta untuk peneliti selanjutnya:

1. Penelitian ini memiliki hasil yang menunjukkan bahwa konten TikTok memiliki pengaruh pada pengetahuan seputar karir terutama bagi mahasiswa/I, oleh karenanya peneliti mengharapkan pada akun TikTok @vmuliana untuk mampu mempertahankan dan meningkatkan intensitas serta frekuensi pada topik konten yang lebih mengerucut yaitu membagikan tips dan trik tentang hal-hal yang harus diperhatikan dalam memulai karir atau gambaran kandidat yang menarik bagi sudut pandang HRD
2. Diharapkan pada @vmuliana untuk mencoba menambahkan informasi tentang pengalaman kerja serta lebih observative lagi dalam mencari isu-isu karir yang dialami audiens, mencoba lebih mengembangkan media yang digunakan untuk membagikan konten topik

seputar karir agar audiens memahami langkah- langkah dalam membuat keputusan karir yang tidak hanya terdapat melalui platform TikTok maka akan banyak audiens yang semakin yakin akan pengetahuan yang didapat untuk memulai karirnya

3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk dapat menambahkan variabel pendukung lainnya selain konten, atau dapat melakukan penelitian mengenai pengaruh konten dengan melalui media yang belum diteliti pada penelitian ini,

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni & Irviani (2017). Pengantar Sistem Informasi. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Cangara, Hafied (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Daryanto (2014), Teori Komunikasi. Malang: Gunung Samudera [Grup Penerbit Pt Book Mart Indonesia
- Suryanto (2015). Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: CV Pustaka Setia
- Hidayat D., Maylanny C., & Nur'aeni. (2022). Teori Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nasrullah, Rulli (2015). *Media sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Woro H. Kencana, Ilona V. O. Situmeang, Meisyanti, Khina J. R, Herlin N. "Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online". *Jurnal IKRATH- HUMANIORA*, 6(2).

Instagram @glintsid." *Journal of Library and Information Science*, 3(1). 17-32

G., Holliman & J., Rowley (2014). "Business to Business Digital Content Marketing: Marketers' Perceptions of Best Practice." *Journal of Research in Interactive Marketing*, (8) 269-293.

Finy F. Basarah dan Gustina. (2020) "Perancangan Konten Edukatif di Media Sosial". *Jurnal Abdi Masyarakat* 5(2), 24.

Sandi M. Pratama & Muchlis. (2020). "Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020." *International Journal of Educational Resource*, 1(2), 102-115

Nia Sapna Apriliana, (2019). "Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram Terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri." *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 179-190.

Dyah F. Ebtanastiti. (2014). "Survei Pilihan Karir Mahasiswa Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Surabaya". *Jurnal BK*, 4(3), 1-10.

Fina N. Zakiyyah & Nuning Kurniasih. (2023). "Pengetahuan pengguna tentang kematangan karir ditinjau dari kualitas informasi pada