



## Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*

Ajeng Nurhasanah, Kiki Zakiah\*

*Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia*

### ARTICLE INFO

#### Article history :

Received : 05/09/2023

Revised : 10/12/2023

Published : 15/12/2023



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 3

No. : 2

Halaman : 99 - 104

Terbitan : **Desember 2023**

### ABSTRAK

Perkembangan internet yang semakin pesat seperti sekarang ini, memunculkan banyaknya media sosial sebagai pemenuhan berkomunikasi dan kebutuhan informasi bagi penggunanya. Media sosial TikTok merupakan salah satu media sosial yang tengah populer di kalangan penggunanya. TikTok merupakan media sosial yang berformat video pendek yang dilengkapi berbagai macam fitur untuk membuat konten menarik bagi penggunanya. Dengan begitu, banyaknya konten kreator dan influencer yang muncul untuk membuat konten dengan ciri khas nya masing-masing. Vina Muliana merupakan salah satu konten kreator dan influencer yang selalu membuat konten mengenai informasi serta tips and trick seputar dunia kerja sehingga memudahkan Followers nya untuk mencari informasi seputar dunia kerja yang mereka butuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar penggunaan media sosial TikTok Vina Muliana dalam memenuhi kebutuhan informasi Followers. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teori uses and effect serta teknik analisis data menggunakan studi regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel x terhadap variabel y sebesar 45,3% dengan signifikansi 0,000 dalam hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel tersebut masuk kedalam kategori cukup kuat.

**Kata Kunci :** Media Sosial TikTok; Pemenuhan Kebutuhan Informasi; Vina Maulina.

### ABSTRACT

The rapid development of the internet as it is today has given rise to many social media to fulfill the communication and information needs of its users. Social media TikTok is one of the most popular social media among its users. TikTok is a social media with a short video format that is equipped with various features to make content interesting for its users. That way, lots of content creators and influencers emerge to create content with their own characteristics. Vina Muliana is a content creator and influencer who always creates content about information and tips and tricks about the world of work, making it easier for her Followers to find the information they need about the world of work. This study aims to measure how much social media use Vina Muliana's TikTok is in meeting the information needs of Followers. This study uses a quantitative approach with use and effect theory and data analysis techniques using simple linear regression studies. The results of this study indicate that there is an influence between the x variable on the y variable of 45.3% with a significance of 0.000 in this case indicating that the influence of the two variables is included in the fairly strong category.

**Keywords :** Social Media TikTok; Fulfillment of Information Needs; Vina Maulina.

© 2023 Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital Unisba Press. All rights reserved.

## A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang wajib dimiliki oleh setiap orang. Hal tersebutlah yang menjadi latar belakang perubahan teknologi komunikasi dari konvensional menjadi modern. Dampak dari Internet sebagai alat komunikasi modern telah merubah pola-pola komunikasi kuno yang dilakukan oleh manusia dari masa ke masa. Internet telah memberikan dampak globalisasi yang sangat luas dalam pemenuhan informasi dan kebutuhan komunikasi manusia. Dalam memenuhi kebutuhan komunikasi manusia, internet memberikan banyak manfaat dalam hal tersebut. Luasnya jangkauan yang memungkinkan seluruh manusia di bumi ini dapat berkomunikasi walaupun dalam pola komunikasi tidak langsung (Fatharani and Putri 2023). Di Indonesia sendiri berdasarkan hasil survei We Are Social dalam kompas.com, total pengguna internet di Indonesia per Januari 2023 mencapai 212,9 juta (Latifah and Astuti 2023).

Menurut penelitian yang pernah dilakukan oleh Chris Heuer (Solis, 2010: 263), mengatakan bahwa media sosial mempunyai empat elemen konsep yang biasa disingkat menjadi 4C. Konsep 4C ini dipakai dengan tujuan untuk menghasilkan komunikasi yang efektif sebagai sarana promosi pada kontes penelitian ini ialah konten yang diciptakan untuk para Followers, yang terdiri dari Context (konteks), Communication (komunikasi), Collaboration (kolaborasi), Connection (koneksi) (Hidayah and Esfandari 2019). Internet yang begitu digandrungi masyarakat tersebut menjadikan munculnya banyak platform yang dapat memenuhi kebutuhan manusia (Firnanda Listiyanti and Ahmadi 2022). Seperti halnya media sosial yang pada saat ini sangat diminati banyak orang dalam memenuhi kebutuhan informasi seseorang seperti TikTok yang berhasil memunculkan influencer dan content creator (Nasrullah 2015).

Salah satu konten kreator sekaligus influencer yang sukses menarik perhatian pengguna TikTok ialah Vina Maulina yang konsisten membuat konten seputar edukasi dan tips and trick di dunia kerja. Konten Vina dengan judul "Cara Jitu Lolos Walk-In Interview" yang diunggah pada 22 Februari 2023 memperoleh likes terbanyak jika dibanding dengan onten Vina lainnya dan memperoleh 1391 ribu feedback positif berupa komentar dari followers nya (Syafrudin et al. 2022).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Apakah Terdapat Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Maulina Dalam Konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers?". Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb (Hutagaol 2015).

(1) Apakah ada pengaruh context penggunaan media sosial TikTok Vina Maulina dalam konten cara jitu lolos walk-in interview dengan pemenuhan kebutuhan informasi Followers? (2) Apakah ada pengaruh communication penggunaan media sosial TikTok Vina Maulina dalam konten cara jitu lolos walk-in interview dengan pemenuhan kebutuhan informasi Followers? (3) Apakah ada pengaruh collaboration penggunaan media sosial TikTok Vina Maulina dalam konten cara jitu lolos walk-in interview dengan pemenuhan kebutuhan informasi Followers? (4) Apakah ada pengaruh connection penggunaan media sosial TikTok Vina Maulina dalam konten cara jitu lolos walk-in interview dengan pemenuhan kebutuhan informasi Followers?.

## B. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan studi regresi linear sederhana (Nadya Kinasih Alkautsar and Dian Widya Putri 2022). Studi regresi linear sederhana merupakan metode yang menguji keterkaitan dan pengaruh antar variabel sehingga metode dan pendekatan tersebut sangat relevan digunakan pada penelitian ini. Populasi pada penelitian ini merupakan followers @vmuliana yang berkomentar pada konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview dengan jumlah sampel sebanyak 93 orang yang diambil dari hasil perhitungan rumus slovin (Sugiyono 2011).

Teknik pengambilan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui gform dengan teknik penyebaran kuesioner yang dipilih ialah *simple random sampling* dengan bantuan *random number generator* untuk menentukan angka *random* yang keluar sehingga peneliti dapat mengirim kuesioner tersebut kepada *followers* sesuai dengan angka tersebut (Rakhmat and Subandi 2017).

### C. Hasil dan Pembahasan

#### **Pengaruh antara Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana dalam Konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers***

Berdasarkan perhitungan uji regresi linear sederhana pada hipotesis utama, diperoleh hasil F hitung sebesar 75.384 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Angka  $0,000 < 0,05$ , maka artinya Variabel X (Pengaruh Penggunaan Media Sosial) berpengaruh terhadap Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) dan memperoleh R square sebesar 0,453 jika dipersentasekan menjadi 45,3% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial TikTok Vina Muliana dalam konten cara jitu lolos walk-in interview terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers masuk kedalam kategori pengaruh cukup kuat.

#### **Pengaruh antara *Context* Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana dalam Konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers***

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada *followers* akun TikTok @vmuliana mengenai pengujian hipotesis, pengaruh context penggunaan media sosial (X1) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) menggunakan uji regresi linear sederhana dan uji t, memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut  $< 0,05$ , nilai R square sebesar 0,212 atau 21,2%. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan bernilai positif antara pengaruh context penggunaan media sosial TikTok Vina Muliana pada konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* dengan pemenuhan kebutuhan informasi followers dengan kategori pengaruh rendah.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden menganggap bahwa konten Cara Jitu Lolos *Walk In-Interview* yang sudah Vina buat, telah berhasil dikemas secara menarik dan mudah dipahami serta responden dapat menerapkan tips yang Vina berikan, namun tidak semua responden setuju mengenai penerapan tips-tips yang Vina bagikan, hal ini yang menjadikan tingkat pengaruh antara *context* dengan pemenuhan kebutuhan informasi tergolong kepada kategori rendah.

Menurut asumsi dari teori *uses and effect* itu sendiri, memaparkan bahwa kebutuhan merupakan sebuah faktor yang menyebabkan seseorang menggunakan sebuah media sehingga penggunaan media di sini ialah penggunaan media yang dapat menghasilkan dampak terhadap pengguna tersebut. Jika peneliti kaitkan dengan hasil temuan context kedalam teori *uses and effect*, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna media yakni Followers TikTok Vina Muliana, memiliki kebutuhan untuk menonton konten Cara Jitu Lolos Walk In-Interview untuk dapat diterapkan ketika dihadapkan dengan situasi serupa walaupun tingkat penerapannya hanya sedikit namun bentuk pesan atau isi dari informasi konten Cara Jitu Lolos Walk In-Interview @vmuliana ini sesuai dengan kebutuhan Followers.

#### **Pengaruh antara *Communication* Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana dalam Konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers***

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada followers akun TikTok @vmuliana pada konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview, mengenai pengujian hipotesis, Communication (X2) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) menggunakan uji regresi linear sederhana dan uji t, mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut  $< 0,05$  dengan R square sebesar 0,250 atau 25%. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan bernilai positif antara communication pada konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview @vmuliana dengan pemenuhan kebutuhan informasi followers yang termasuk kepada kategori rendah.

Hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa, Sebagian besar responden senang melihat cara penyampaian Vina pada konten Cara Jitu Lolos Walk In-Interview karena menggunakan bahasa yang mudah dipahami, mempunyai gaya penyampaian yang khas dan kredibel dalam menyampaikan isi pesan mengenai interview di dunia kerja namun tidak semua responden setuju mengenai pernyataan tersebut yang menjadikan tingkat pengaruh variabel ini rendah.

### **Pengaruh antara *Collaboration* Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana dalam Konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview terhadap Pemenuhan Informasi Followers**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada followers akun TikTok @vmuliana pada konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview, mengenai pengujian hipotesis, *Collaboration* (X<sub>3</sub>) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) menggunakan uji regresi linear sederhana dan uji t, mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut < 0,05 dengan R square sebesar 0,246 atau 24,6%. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan bernilai positif antara *collaboration* pada konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview @vmuliana dengan pemenuhan kebutuhan informasi followers yang termasuk kepada kategori rendah.

Peneliti menyimpulkan bahwa, sebagian besar responden menilai konten Cara Jitu Lolos Walk In-Interview yang dibuat oleh Vina ini dikemas secara rapi dan eye-catching dengan komposisi konten yang mellihatkan terlebih dahulu video situasi serupa dengan isi konten mengenai interview di dunia kerja, yang kemudian barulah Vina memberikan tips-tips mengenai bagaimana caranya menghadapi sebuah interview namun tidak semua responden setuju mengenai pernyataan tersebut yang menjadikan tingkat pengaruh variabel ini rendah.

### **Pengaruh antara *Connection* Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana dalam Konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada *followers* akun TikTok @vmuliana pada konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview, mengenai pengujian hipotesis, *connection* (X<sub>4</sub>) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) menggunakan uji regresi linear sederhana dan uji t, mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut < 0,05 dengan R square sebesar 0,404 atau 40,4%. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan bernilai positif antara *connection* pada konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview @vmuliana dengan pemenuhan kebutuhan informasi followers yang termasuk kepada kategori cukup kuat.

Peneliti menyimpulkan bahwa, sebagian besar responden menilai konten Cara Jitu Lolos Walk In-Interview yang dibuat oleh Vina ini dikemas secara rapi dan eye-catching dengan komposisi konten yang mellihatkan terlebih dahulu video situasi serupa dengan isi konten mengenai interview di dunia kerja, yang kemudian barulah Vina memberikan tips-tips mengenai bagaimana caranya menghadapi sebuah interview namun tidak semua responden setuju mengenai pernyataan tersebut yang menjadikan tingkat pengaruh variabel ini rendah.

Peneliti menyimpulkan bahwa, sebagian besar responden yang menonton konten Cara Jitu Lolos Walk In-Interview Vina, merasa bahwa Vina selalu interaktif dalam membalas komentar responden pada kolom komentar konten tersebut sehingga menjadikan responden selalu ingin tahu dan mengikuti konten yang Vina buat selanjutnya. Hal ini lah yang menjadikan sub variabel x<sub>4</sub> *connection* dengan variabel y pemenuhan kebutuhan informasi masuk kedalam kategori cukup kuat.

## **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

Terdapat pengaruh yang cukup kuat antara penggunaan media sosial TikTok Vina Muliana pada konten Cara Jitu Lolos Walk In Interview dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Artinya ketika followers @vmuliana membutuhkan informasi mengenai interview kemudian menonton konten @vmuliana dengan judul Cara Jitu Lolos Walk-In Interview, kebutuhan informasi mereka terpenuhi dan juga memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam penerapan tips-tips yang dibagikan dalam konten tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai pada hasil uji regresi linear sederhana dan uji t yaitu sebesar 0,000 dan tingkat kekuatan antar variabel mendapatkan hasil sebesar 45,3% Sehingga dapat dinyatakan hipotesis utama, H1 yang menyatakan "Terdapat Pengaruh antara Penggunaan Media Sosial Tiktok Vina Muliana Dalam Konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers" diterima.

Terdapat pengaruh yang rendah antara *context* penggunaan media sosial TikTok Vina Muliana dalam konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Artinya semakin *context*

konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview dikemas secara menarik dan mudah dipahami, maka kebutuhan informasi responden semakin terpenuhi dan tingkat penerapan tips nya pun semakin tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai pada hasil uji regresi linear sederhana dan uji t yaitu sebesar 0,000 dan tingkat kekuatan antar variabel mendapatkan hasil sebesar 21,2%. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H<sub>1</sub> yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Antara Context Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana dalam Konten Cara Jitu Lolos Walk-In Interview Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” diterima.

Terdapat pengaruh yang rendah antara *communication* penggunaan media sosial TikTok Vina Muliana dalam konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Artinya semakin *communication* konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* disajikan dengan cara penyampaian yang khas dan kredibel maka kebutuhan informasi responden semakin terpenuhi dan tingkat penerapan tips nya pun akan semakin tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai pada hasil uji regresi linear sederhana dan uji t yaitu sebesar 0,000 dan tingkat kekuatan antar variabel mendapatkan hasil sebesar 25%. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H<sub>1</sub> yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Antara *Communication* Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana dalam Konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” diterima.

Terdapat pengaruh yang rendah antara *collaboration* penggunaan media sosial TikTok Vina Muliana dalam konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai pada hasil uji regresi linear sederhana dan uji t yaitu sebesar 0,000 dan tingkat kekuatan antar variabel mendapatkan hasil sebesar 24,6%. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H<sub>1</sub> yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Antara *Collaboration* Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana dalam Konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” diterima.

Terdapat pengaruh yang cukup kuat antara *connection* penggunaan media sosial TikTok Vina Muliana dalam konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Artinya semakin Vina interaktif dalam konten tersebut dengan *followers* maka kebutuhan informasi responden semakin terpenuhi dan tingkat penerapan tips nya pun akan semakin tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai pada hasil uji regresi linear sederhana dan uji t yaitu sebesar 0,000 dan tingkat kekuatan antar variabel mendapatkan hasil sebesar 40,4%. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H<sub>1</sub> yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Antara *Connection* Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana dalam Konten Cara Jitu Lolos *Walk-In Interview* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” diterima.

## Daftar Pustaka

- Fatharani, Dila Putri, and Dian Widya Putri. 2023. “Pengaruh Fashion Influencer Thrift @rayiputra26 Terhadap Gaya Busana Followers Instagram @rayiputra26.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 3(1):19–24.
- Firnanda Listiyanti, D., and D. Ahmadi. 2022. “Hubungan Alntalral Talyalngaln Alkun Tiktok @Liputaln6.Com Dengaln Pemenuhaln Kebutuhaln Informalsi.” *Balndung Conference Series: Public Relaltions* 2(1):325–332. doi: <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.1246>.
- Hidayah, N., and D. A. Esfandari. 2019. “Engaruh Promosi Media Sosial Instagram Akun @dunialkulinerbdg Tehadap Minat Penggunaan Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner.” *E-Proceeding of Management* 6(1):1691–1699.
- Hutagaol, S. 2015. “Pengaruh Isi Pesan Tweet @Metro\_TV Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untirta.” 32–33.
- Latifah, Annisa, and Santi Indra Astuti. 2023. “Hubungan Antara Menonton Tayangan Konten Di Kanal Youtube Clarin Hayes Dengan Pengetahuan Kesehatan Subscribers.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 3(1):9–12.
- Nadya Kinasih Alkautsar, and Dian Widya Putri. 2022. “Pengaruh Terpaan Media Terhadap Kesadaran Mahasiswa Tentang Protokol Kesehatan Covid-19 3M (Memakai Masker, Mencuci Tangan, Menjaga Jarak).” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 1(2):135–42. doi:

10.29313/jrjmd.v1i2.505.

- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmat, Jalaludin, and Idi Subandi. 2017. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafrudin, Muhiddinur Kamal, Wedra Aprison, and Salmi Wati. 2022. "Keterampilan Memberikan Variasi Mengajar Mahasiswa PPL Prodi PAI Fakultas Tarbiyah Ilmu Keguruan UIN Syekh M. Djamil Djambek Bukittinggi Dalam Persepsi Guru Pamong Di Pondok Pesantren Madinatul Munawwarah Bukittinggi." *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1(3):608–17.