TIKTOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI KARIER: KORELASI TERPAAN KONTEN @VMULIANA DENGAN KESIAPAN KERJA FOLLOWERS

Ira Kartika Buana[1], Ken Norton Hutasoit[2], Zaldy Handi Aditia[3]

[1,2,3]*Universitas Bina Sarana Informatika*
E-mail : ira.kartikabuana@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji korelasi antara terpaan konten edukasi karier Vina Muliana di TikTok melalui akun @vmuliana dengan kesiapan kerja followers-nya. Tingginya angka pengangguran usia muda di Indonesia dan masifnya penggunaan TikTok sebagai sumber informasi karier menjadikan fenomena ini krusial untuk dikaji, khususnya karena studi-studi sebelumnya belum menjangkau dampak terpaan konten hingga pada level kesiapan kerja nyata audiens. Menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional, data dikumpulkan melalui kuesioner daring terhadap 100 responden followers aktif @vmuliana yang dipilih melalui insidental sampling, kemudian dianalisis menggunakan uji korelasi Product Moment Pearson melalui SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi r = 0,815 dengan signifikansi 0,000 (p < 0,05), mengindikasikan hubungan positif yang sangat kuat dan signifikan antara kedua variabel, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Penelitian ini membuktikan bahwa TikTok dapat menjadi sarana komunikasi edukatif yang efektif dalam mendukung kesiapan kerja generasi muda memasuki dunia profesional.

Kata Kunci : *Terpaan Konten, Kesiapan Kerja, TikTok, Followers, Vina Muliana*

ABSTRACT

This study examines the correlation between exposure to Vina Muliana's career education content on TikTok (@vmuliana) and the work readiness of her followers. The high youth unemployment rate in Indonesia and the widespread use of TikTok as a career information source make this phenomenon significant to investigate, particularly since prior studies have not yet explored the impact of content exposure at the level of actual work readiness. Using a quantitative correlational approach, data were collected via an online questionnaire from 100 active followers of @vmuliana selected through incidental sampling and analyzed using Pearson Product Moment correlation in SPSS version 25. Results show a correlation coefficient of r = 0.815 with a significance value of 0.000 (p < 0.05), indicating a positive, very strong, and statistically significant relationship, thus H0 is rejected and H1 is accepted. This study demonstrates that TikTok can serve as an effective educational communication platform in supporting the work readiness of young people entering the professional world.

Keywords : *Content Exposure, Work Readiness, TikTok, Followers, Vina Muliana*

PENDAHULUAN

Di era digital ini, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berlangsung dengan laju yang sangat cepat, membawa perubahan nyata pada cara masyarakat berkomunikasi dalam aktivitas kesehariannya. Penyebaran informasi kini tidak lagi bergantung pada media tradisional semata, melainkan telah merambah ke ranah digital yang memungkinkan akses informasi dilakukan secara lebih praktis dan efisien. Merujuk pada laporan We Are Social dan DataReportal tahun 2026, tidak kurang dari 62,9% penduduk Indonesia dilaporkan aktif berinteraksi melalui berbagai platform media sosial dengan durasi penggunaan rata-rata melebihi tiga jam setiap harinya (Zhahira & Erlianti, 2026).

Di antara berbagai platform media sosial yang berkembang pesat, TikTok mencatat pertumbuhan yang sangat menonjol. Pengguna TikTok di Indonesia telah melampaui angka 180 juta pada April 2025 dan menempatkan Indonesia sebagai negara dengan basis pengguna TikTok terbanyak di tingkat regional Asia Tenggara maupun skala internasional, dengan segmen terbesar didominasi kelompok usia 18-35 tahun (Balqis dkk., 2025). Menurut survei APJII tahun 2025, TikTok merupakan platform paling populer dengan 35,17% pengguna Indonesia, dan secara khusus digunakan oleh 42,27% kalangan Generasi Z (Suharno, 2025).

TikTok memiliki peran penting sebagai media edukasi dan penyebaran informasi, di mana sejumlah content creator memanfaatkan platform ini untuk membagikan pengetahuan dan motivasi mengenai topik karier, pengembangan diri, kesehatan mental, dan bisnis (Pujangkara & Zuhri, 2025). Salah satu content creator yang menonjol di bidang edukasi karier adalah Vina Muliana melalui akun TikTok @vmuliana. Pada tahun 2026, akun @vmuliana telah memiliki 10,1 juta followers dengan total perolehan 294 juta like (TikTok, 2026). Ia juga meraih TikTok Awards Indonesia 2021 kategori "Best Learning of Education" dan masuk Forbes 30 Under 30 Asia 2022 (Ningtyas dkk., 2023).

Tingginya angka pengangguran di Indonesia menjadikan kesiapan kerja sebagai isu mendesak. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan lebih dari 59% pengangguran di Indonesia adalah usia muda, dengan sekitar 2,5 juta masyarakat usia 20-24 tahun mendominasi (N. L. I. Putri & Burhan, 2025). Meskipun informasi karier telah banyak tersedia di TikTok, riset seleksi perusahaan dari Engineering Career Center (ECC) mengungkap bahwa hanya 7,86% individu yang berhasil lolos wawancara kerja, menunjukkan masih adanya kesenjangan antara akses informasi dengan kesiapan kerja nyata (N. L. I. Putri & Burhan, 2025).

Kajian terhadap penelitian terdahulu mengungkap adanya celah penelitian yang belum terjawab. Safitri & Trianita (2023) yang meneliti akun @vmuliana hanya mengukur dampaknya pada pemenuhan kebutuhan informasi — followers merasa tahu, tetapi belum tentu siap bertindak. Fuada dkk. (2025) membuktikan bahwa kesiapan kerja dipengaruhi literasi digital dan motivasi kerja, namun belum mengkaji peran terpaan konten media sosial secara spesifik. Dengan demikian, terdapat gap penelitian yang signifikan: belum ada studi yang secara langsung menguji korelasi antara terpaan konten edukasi karier @vmuliana di TikTok dengan kesiapan kerja followers sebagai outcome yang terukur. Penelitian ini hadir untuk menjawab gap tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang signifikan antara terpaan konten edukasi karier Vina Muliana di TikTok dengan kesiapan kerja followers @vmuliana, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan desain survei cross-sectional. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yakni menganalisis kekuatan dan arah hubungan antara terpaan konten edukasi karier (variabel X) dan kesiapan kerja followers (variabel Y) tanpa melakukan intervensi terhadap subjek.

Populasi penelitian adalah followers aktif akun TikTok @vmuliana yang berjumlah 10,1 juta orang per tahun 2026. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, menghasilkan sampel sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling melalui pendekatan insidental sampling, dengan penyebaran kuesioner secara daring melalui kolom komentar dan fitur pesan pada akun TikTok @vmuliana. Kriteria responden meliputi: (1) followers aktif akun TikTok @vmuliana, dan (2) pernah menonton konten edukasi karier yang dibagikan @vmuliana.

Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner dengan skala Likert 5 poin (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju), terdiri dari 10 butir pernyataan untuk variabel X (terpaan konten) dan 12 butir pernyataan untuk variabel Y (kesiapan kerja). Pengujian validitas dilakukan dengan teknik korelasi Product Moment Pearson dan pengujian reliabilitas menggunakan uji Alpha Cronbach. Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov (n > 40). Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 25 dengan uji korelasi Product Moment Pearson untuk menguji hipotesis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari 100 responden yang berpartisipasi, profil demografis menunjukkan dominasi perempuan (85%), dengan kelompok usia 18-22 tahun sebesar 74% dan usia 23-25 tahun sebesar 23%. Berdasarkan status, mahasiswa mendominasi dengan 87%, karyawan/sudah bekerja 7%, serta fresh graduate dan pencari kerja masing-masing 3%. Sebanyak 63% berdomisili di wilayah Jabodetabek dan 37% di luar Jabodetabek. Dari sisi pendidikan, 59% berlatar belakang Sarjana (S1) dan 38% SMA/K. Distribusi ini dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2 berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Kategori	Keterangan	Jumlah (n = 100)
Jenis Kelamin	Perempuan	85 (85%)
	Laki-laki	15 (15%)
Usia	18-22 tahun	74 (74%)
	23-25 tahun	23 (23%)
	> 25 tahun	3 (3%)
Status	Mahasiswa	87 (87%)
	Karyawan/Bekerja	7 (7%)

	Fresh Graduate / Pencari Kerja	3 (3%) / 3 (3%)
Domisili	Jabodetabek	63 (63%)
	Luar Jabodetabek	37 (37%)
Pendidikan	Sarjana (S1)	59 (59%)
	SMA/K	38 (38%)
	Diploma (D3) / Lainnya	2 (2%) / 1 (1%)

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2026

Profil responden mengkonfirmasi bahwa audiens utama konten edukasi karier @vmuliana adalah Generasi Z perempuan yang masih berstatus mahasiswa dan berada pada fase transisi menuju dunia kerja. Jangkauan konten yang mencapai berbagai wilayah di luar Jabodetabek juga menunjukkan besarnya penetrasi TikTok sebagai media edukasi lintas daerah.

Hasil Analisis Variabel Terpaan Konten (X)

Berdasarkan analisis deskriptif terhadap 10 butir pernyataan variabel terpaan konten, dimensi atensi memperoleh skor tertinggi pada pernyataan "Saya mudah memahami isi pesan dalam konten edukasi karier yang disampaikan @vmuliana" dengan rata-rata 4,33. Hal ini mencerminkan bahwa gaya penyampaian konten @vmuliana yang sederhana namun informatif mampu mempertahankan perhatian followers secara efektif. Skor terendah terdapat pada dimensi frekuensi, yaitu pernyataan "Dalam satu minggu, saya beberapa kali menonton konten dari @vmuliana" dengan rata-rata 3,81, yang menunjukkan bahwa intensitas mingguan followers masih bervariasi, kemungkinan dipengaruhi oleh algoritma TikTok.

Tabel 2. Rekapitulasi Skor Rata-rata Variabel Terpaan Konten (X)

Dimensi	Pernyataan (Tertinggi / Terendah per Dimensi)	Rata-rata
Atensi	Saya mudah memahami isi pesan dalam konten edukasi karier yang disampaikan @vmuliana	4,33
Durasi	Saya menonton konten @vmuliana hingga selesai	4,10
Frekuensi	Dalam satu minggu, saya beberapa kali menonton konten dari @vmuliana	3,81

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2026

Hasil Analisis Variabel Kesiapan Kerja (Y)

Pada variabel kesiapan kerja, skor tertinggi diperoleh pada dimensi upaya pengembangan diri yakni pernyataan "Informasi dari @vmuliana membuat saya lebih aktif dalam mencari peluang pengembangan diri" dengan rata-rata 4,47. Temuan ini mengindikasikan bahwa konten edukasi karier Vina Muliana berhasil mendorong followers untuk proaktif mencari peluang peningkatan diri. Skor terendah terdapat pada dimensi kondisi mental dan emosional yakni pernyataan "Konten @vmuliana membantu saya mengurangi rasa cemas dalam menghadapi persaingan dunia kerja" dengan rata-rata 4,02, menunjukkan bahwa tingkat kecemasan menghadapi persaingan kerja masih bervariasi dan dipengaruhi oleh faktor psikologis internal masing-masing individu.

Tabel 3. Rekapitulasi Skor Rata-rata Variabel Kesiapan Kerja (Y)

Dimensi	Pernyataan (Skor Representatif)	Rata-rata
Upaya Pengembangan Diri	Informasi dari @vmuliana membuat saya lebih aktif mencari peluang pengembangan diri	4,47
Kecerdasan	Konten @vmuliana meningkatkan wawasan saya tentang dunia kerja	4,39
Kedewasaan	Konten @vmuliana membantu saya bersikap lebih dewasa dalam menghadapi tantangan karier	4,29
Pengalaman	Informasi dari @vmuliana memperluas pengetahuan saya tentang pengalaman kerja yang dibutuhkan	4,18
Kondisi Mental & Emosional	Konten @vmuliana membantu saya mengurangi rasa cemas menghadapi persaingan dunia kerja	4,02

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2026

Uji Normalitas

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,088 yang melebihi batas minimum 0,05. Kondisi ini membuktikan bahwa distribusi data dalam penelitian ini tergolong normal, sehingga analisis menggunakan uji korelasi Product Moment Pearson dapat dilaksanakan.

Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson

Hasil analisis menggunakan uji korelasi Product Moment Pearson disajikan pada Tabel 5 berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson

Variabel	r hitung	Sig. (2-tailed)
Terpaan Konten (X) dengan Kesiapan Kerja (Y)	0,815	0,000

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, 2026

Nilai koefisien korelasi r = 0,815 berada dalam rentang interval 0,80-1,000 sehingga dikategorikan sebagai hubungan sangat kuat (Ardhaneswari & Suwitra, 2024). Nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) membuktikan bahwa korelasi ini signifikan secara statistik. Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima: terdapat korelasi yang positif, sangat kuat, dan signifikan antara terpaan konten edukasi karier @vmuliana di TikTok dengan kesiapan kerja followers.

Pembahasan

Temuan r = 0,815 ini merupakan nilai korelasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan studi Akbar & Murdiana (2023) yang menemukan R = 0,833 pada konteks keputusan pembelian. Namun yang lebih penting adalah perbedaan konteks: penelitian ini membuktikan bahwa terpaan konten edukasi bukan hanya mampu memengaruhi keputusan konsumtif (seperti pembelian produk), melainkan juga berdampak pada pembentukan kesiapan kerja — sebuah kapasitas psikologis dan kognitif yang jauh lebih kompleks.

Hasil ini sekaligus mengisi gap yang ditinggalkan oleh Safitri & Trianita (2023). Jika studi tersebut hanya membuktikan bahwa konten @vmuliana memenuhi kebutuhan informasi

(followers merasa tahu), penelitian ini membuktikan satu langkah lebih lanjut: paparan yang intensif, lama, dan penuh perhatian terhadap konten edukasi karier tersebut berkorelasi dengan kesiapan kerja nyata (followers merasa siap bertindak).

Dari sisi teori Uses and Gratifications, temuan ini mengkonfirmasi bahwa followers @vmuliana secara aktif menggunakan TikTok untuk memenuhi kebutuhan informasi karier mereka. Gratifikasi yang diperoleh tidak bersifat pasif — melainkan berujung pada peningkatan kapasitas kerja yang terukur. Hal ini konsisten dengan perspektif bahwa audiens yang aktif dan terlibat (engaged) cenderung memperoleh manfaat lebih besar dari konsumsi media mereka.

Tingginya skor dimensi upaya pengembangan diri (4,47) dan kecerdasan (4,39) pada variabel Y mengindikasikan bahwa konten @vmuliana paling efektif dalam mendorong followers untuk proaktif dan memperluas wawasan karier. Sementara itu, skor relatif lebih rendah pada kondisi mental dan emosional (4,02) menunjukkan bahwa faktor psikologis internal — seperti tingkat kecemasan menghadapi persaingan — tetap merupakan domain yang lebih sulit dipengaruhi oleh paparan konten media sosial semata, dan mungkin memerlukan intervensi tambahan seperti konseling karier.

KESIMPULAN

Pengujian korelasi Product Moment Pearson menghasilkan nilai r = 0,815 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), yang membuktikan adanya korelasi positif, sangat kuat, dan signifikan antara terpaan konten edukasi karier Vina Muliana di TikTok dengan kesiapan kerja followers @vmuliana. H0 ditolak dan H1 diterima. Penelitian ini memberikan dua kontribusi utama. Pertama, secara teoretis, memperkuat relevansi teori Uses and Gratifications dalam konteks media sosial edukatif: konsumsi aktif konten karier di TikTok tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi, tetapi juga berkorelasi dengan pembentukan kesiapan kerja. Kedua, secara praktis, membuktikan bahwa TikTok dapat menjadi sarana komunikasi edukatif yang efektif bagi generasi muda dalam mempersiapkan diri memasuki dunia profesional. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan responden, menambahkan variabel moderator seperti literasi digital atau motivasi kerja, serta melakukan studi komparatif terhadap content creator edukasi karier lainnya guna memperkaya kajian ilmu komunikasi di bidang media digital.

DAFTAR PUSTAKA

Adristi, B. C., Trianita, Y., & Fitriyah, P. (2024). Terpaan Konten Berita Instagram @Narasinewsroom Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Pada Generasi Z. Jurnal Ilmu Komunikasi, 14(2), 76-87.

Afifi, L., & Amalia, D. (2024). Analisis Penerimaan Followers tentang Klarifikasi Vina Muliana pada Akun TikTok @Vmuliana dalam konten "Cerita Perjalanan Karierku." Jurnal Komunikasi Universitas Garut, 10(2), 265-283.

Akbar, W., & Murdiana, V. A. (2023). Pengaruh Terpaan Media Live Shopping TikTok Terhadap Keputusan Pembelian @theoriginote. TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora, 1(4), 108-124.

Al Fajri, A. M., & Satwika, Y. W. (2025). Hubungan Efikasi Diri dengan Kesiapan Kerja pada Mahasiswa Akhir yang Berkuliah di Surabaya. Character Jurnal Penelitian Psikologi, 12(01), 360-369.

Aliyah, Z., Nisa, N., Muhammad, D., Meilani, M., & Habibie, A. M. (2025). Pengaruh Terpaan Media TikTok Akun @vmuliana Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Ilmu Komunikasi. Jurnal Humanitaria, 4(01).

Ardhaneswari, P. P. N., & Suwitra, I. W. C. (2025). Analisis Korelasi Pearson Dalam Menentukan Hubungan Harga dengan Volume Penjualan Wardah Matte Lip Cream Pada Platform E-Commerce Shopee. Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, 1(2), 85-92.

Balqis, P. A., Amelia, A., Ningsi, N., Alfiansyah, M., & Isman, A. F. (2025). Gen Z dan TikTok: Bagaimana Konten Periklanan Influencer Mempengaruhi Perilaku Konsumsi? Jurnal Sains, Sosial, dan Studi Agama, 1(5), 577-587.

Fuada, D. T., Anggraeni, P. A., Puspita, A. C., & Firdaus, V. (2025). Pengaruh Literasi Digital, Motivasi Kerja, dan Kesempatan Bimbingan Karir terhadap Kesiapan Kerja Generasi Z. INNOVATIVE: Journal of Social Science Research, 5(1), 650-665.

Gozali, R. S., & Sayuti, A. M. (2025). Pengaruh Konten Edukasi Karir Di Media Sosial Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Tingkat Akhir: Studi Kasus Konten Kreator Vina Muliana. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 4(1), 95-114.

Gunawan, I., Agus Firawati, A., & Cahyaningtyas, A. (2022). Validity And Reliability Of The Student Work Readiness Scale. JAMP: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan, 5(2), 176-185.

Hayu, A. F., & Alexandrina, E. (2024). Personal Branding Vina Muliana sebagai Content creator Edukasi di TikTok. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis, 9(2), 135-146.

Ningtyas, R. A., Zafira, E., & Zahria, R. (2023). Peran Konten TikTok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karier Remaja Surabaya. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS), 2, 533-543.

Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS), 3(3), 626-635.

Pujangkara, D. A. T., & Zuhri, S. (2025). Peran personal branding Vina Muliana dalam popularitas di TikTok. Jurnal Komunikasi Universitas Garut, 11(2), 655-665.

Purnasari, K. S., & Prasetyo, D. (2022). Pengaruh Terpaan Akun TikTok @Vmuliana Terhadap Pengetahuan Tentang Dunia Karir Untuk Followers. DIGICOM: Jurnal Komunikasi dan Media, 2(4), 68-80.

Putri, N. L. I., & Burhan, U. (2025). Strategi Akun @Shelmadess Dalam Membangun Personal Branding Dan Karier Melalui Platform TikTok. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 8(1), 29-40.

Putri, S. M., Damayani, N. A., & Saepudin, E. (2023). Hubungan isi konten akun TikTok @vmuliana dengan kebutuhan informasi pencarian kerja followers. Informatio: Journal of Library and Information Science, 3(3), 225-238.

Retnasary, M., & Fitriawaty, D. (2022). Analisis akun TikTok @Iramira Sebagai Media Pembelajaran Edukasi. AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(2), 01-11.

Safitri, K. A., & Trianita, Y. (2023). Pengaruh Konten TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Pada Akun @Vmuliana). BroadComm, 5(2), 59-68.

Suharno. (2025). Survei APJII Beberkan Media Sosial Terpopuler di Indonesia 2025. Selular.ID.

TikTok. (2026). @vmuliana. https://www.tiktok.com/@vmuliana

Zhahira, G., & Erlianti, G. (2026). Literasi Informasi Mahasiswa Dalam Pemilihan Skincare Melalui Media Sosial TikTok Berperspektif SCONUL. Riwayat: Educational Journal of History and Humanities, 9(1), 119-127.