

Analisis Komunikasi Akun Tiktok Vina Muliana sebagai Media Edukasi Karir

Nadila Susanti¹, Fifi Hasmawati², Anita Trisiah³

^{1,2,3,4}Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

Corresponding Author: Nadila Susanti, E-Mail : nadilasusanty587@gmail.com

Published: June, 2025

ABSTRAK

Pada tahun 2024 laporan menunjukkan penggunaan aplikasi tiktok di negara Indonesia mencapai sekitar 157,6 juta orang per Juli 2024, keberadaan aplikasi Tiktok telah mengubah cara orang berinteraksi, mendapatkan hiburan, dan memperoleh pengetahuan. Dengan fitur video berdurasi pendek, TikTok memfasilitasi penyampaian informasi secara singkat, padat, dan menarik, yang memudahkan seseorang menyerap informasi. Berbagai macam konten yang tersebar pada aplikasi ini salah satunya yaitu konten edukasi karir oleh akun Tiktok Vina Muliana, yang merupakan seorang HRD BUMN diperusahaan MIND ID (Mining Industry Indonesia) yaitu perusahaan BUMN yang bergerak dibidang industri pertambangan. Penelitian dilaksanakan menggunakan pendekatan metode kualitatif, dengan menjadikan peneliti sebagai instrumen utama, data primer yang akan di analisis merupakan vidio dari konten Vina Muliana mulai dari tanggal 1-30 agustus 2024 yang berjumlah 7 vidio. Kemudian data sekunder sebagai data yang mendukung penelitian merupakan interaksi audiens mengenai konten Vina Muliana. Data-data tersebut akan di peroleh dengan melakukan teknik pengumpulan data dokumentasi dan wawancara. Data yang telah terkumpul akan melalui teknik analisis data reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian dari semua konten yang telah dianalisis maupun wawancara yang dilakukan menunjukan bahwa konten Vina Muliana banyak memberikan informasi mengenai lowongan pekerjaan seputar CPNS, serta sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi tersebut menggunakan bahasa gaul sebagai pendekatan yang terdengar lebih akrab, serta menyisipkan kata persuasif yang mendorong dan memotivasi audiens nya, vina juga menghindari penggunaan kata ambigu dan kontekstual agar informasi yang disampaikan tidak memberikan makna yang ganda yang tidak sesuai.

Kata Kunci: Komunikasi, edukasi, karir.

ABSTRACT

As of July 2024, reports show that TikTok usage in Indonesia has reached approximately 157.6 million users. The presence of the TikTok application has changed the way people interact, obtain entertainment, and acquire knowledge. With its short video feature, TikTok facilitates the delivery of information in a concise, compact, and engaging manner, making it easier for individuals to absorb information. Among the various types of content available on the platform is career education content, such as that shared by TikTok user Vina Muliana, who works as an HR professional at a state-owned enterprise (BUMN), specifically at MIND ID (Mining Industry Indonesia), a company operating in the mining industry. This study employs a qualitative research approach, with the researcher serving as the primary instrument. The primary data analyzed consists of videos from Vina Muliana's content posted between August 1st and 30th, 2024, totaling seven videos. The secondary data, which supports the research, includes audience interactions related to Vina Muliana's content. These data are collected using documentation and interview techniques. The collected data will be analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of the analysis of all the content and interviews conducted show that Vina Muliana's content provides a wealth of information regarding job openings, particularly in relation to CPNS (Civil Servant Candidates). She delivers this information using casual language to create a more relatable tone, and she incorporates persuasive words that encourage and motivate her audience. Vina also avoids using ambiguous or overly contextual language to ensure that the information conveyed does not carry multiple or misleading meanings.

Keywords: Communication, education, career.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Komunikasi verbal merupakan bentuk penyampaian pesan yang dilakukan secara sengaja menggunakan tanda yang telah disepakati bersama. Banyak orang beranggapan bahwa bahasa isyarat yang digunakan oleh tunarungu termasuk dalam komunikasi nonverbal. Namun, sebenarnya bahasa isyarat dapat dianggap sebagai bagian dari komunikasi verbal karena memiliki fungsi yang setara, yaitu menyampaikan pesan melalui tanda. Ucapan biasanya berupa tanda dalam bentuk bunyi, tetapi bagi tunarungu yang tidak dapat berbicara, tanda tersebut digantikan oleh gerakan tangan. Oleh karena itu, bahasa isyarat termasuk komunikasi verbal karena tetap memenuhi definisi komunikasi verbal, yaitu penyampaian pesan secara sengaja melalui tanda, termasuk bahasa tubuh. Bahasa verbal merupakan alat utama untuk mengungkapkan pikiran, perasaan, dan tujuan kita. Bahasa verbal memakai kata-kata yang mewakili berbagai aspek dari realitas individu kita. Akibatnya, kata-kata adalah gambaran abstrak dari realitas yang tidak dapat sepenuhnya menggambarkan keseluruhan objek atau konsep yang diwakilinya. Contohnya, kata “Rumah” bisa merujuk pada berbagai jenis rumah seperti rumah bertingkat, rumah bilik, rumah sederhana, dan lain-lain

Dizaman sekarang teknologi semakin canggih, banyak media yang bersaing sebagai media yang paling bermanfaat dalam menyebarkan informasi, salah satunya adalah media sosial. Salah satu dari media sosial yang paling sering digunakan oleh orang Indonesia adalah aplikasi TikTok. Informasi yang dikeluarkan oleh firma riset Statista yang berjudul *"Countries with the largest TikTok audience as of July 2024"*, pada bulan Agustus 2024 menyatakan bahwa Indonesia kini menempati posisi teratas sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar. Berdasarkan laporan terbaru, per Juli 2024, pengguna TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta orang, mengungguli jumlah pengguna TikTok di Amerika Serikat yang tercatat sebanyak 120,5 juta pengguna. TikTok telah mengubah cara orang berinteraksi, mendapatkan hiburan, dan memperoleh pengetahuan. Dengan fitur video berdurasi pendek, TikTok memfasilitasi penyampaian informasi secara singkat, padat, dan menarik, yang memungkinkan pengguna untuk menyerap informasi dengan cara yang lebih efektif dibandingkan dengan media tradisional. Salah satu aspek yang menarik dari TikTok adalah kemampuannya dalam menyebarluaskan berbagai bentuk konten. Salah satu konten yang menarik dari Aplikasi TikTok adalah konten edukasi Pencarian pekerjaan. Dizaman teknologi yang semakin berkembang, namun mencari pekerjaan terasa semakin susah. Dikutip dari BPSS (Badan pusat statistik Indonesia) bahwa angka pengangguran di Indonesia tercatat yaitu mencapai 4,91%. Atau sekitar 7.195.000 orang pada Agustus 2024. Salah satu akun tiktok yang menyajikan informasi mengenai konten edukasi terkait pencarian pekerjaan yaitu akun TikTok Vina Muliana. Vina Muliana bekerja sebagai seorang HRD BUMN di perusahaan MIND ID (Mining industry Indonesia) yaitu perusahaan BUMN yang bergerak di bidang industri pertambangan. Selain menjadi seorang HRD, Vina Muliana juga seorang konten kreator tiktok dan memiliki 9,3 juta followers. Awalnya, Vina Muliana membuat video tentang lowongan kerja di BUMN pada 28 Februari 2021 yang kemudian menjadi viral.

Selain itu, ia juga membagikan informasi dan tips terkait dunia kerja, seperti cara membuat CV (Curriculum Vitae) yang baik dan benar agar menarik perhatian perusahaan yang membuka lowongan. Vina juga memberikan panduan tentang bagaimana menjawab pertanyaan saat wawancara kerja. Konten-konten yang ia bagikan sangat berguna, terutama di tengah kondisi sulitnya mencari pekerjaan saat ini karena banyaknya tuntutan dan standar yang harus dipenuhi pekerja.

Dengan menganalisis komunikasi verbal yang digunakan oleh Vina Muliana maka dapat dilihat bagaimana pesan disusun agar relevan dan menarik, serta bagaimana cara penyampaian yang dilakukan dapat memotivasi dan memberdayakan pencari kerja. Adapun komunikasi verbal yang akan dianalisis yaitu 1) Kata Ambigu dan Kontekstual : kata yang sama, makna yang sama tetapi pada waktu yang berbeda. Seperti orang sunda yang mengatakan "*Hareudang*" Yang berarti panas atau gerah namun kata "*Hareudang*" Akan keliru jika seseorang mengatakan "*Airnya Hareudang*" karena kata *Hareudang* hanya digunakan jika berbicara tentang cuaca. 2) Bahasa Gaul : Beberapa kata digunakan secara berbeda dari makna aslinya oleh kelompok subkultur tertentu. Bahasa yang dipakai oleh subkultur ini sering disebut sebagai bahasa khusus, bahasa khusus (special language), atau bahasa gaul. Bahasa gaul berfungsi sebagai bentuk kontribudaya dan alat perlindungan diri bagi kelompok tersebut, sehingga komunikasi mereka tidak mudah dipahami oleh orang luar. Selain itu, bahasa ini juga berfungsi sebagai argot, yaitu bahasa yang membedakan mereka dari orang di luar kelompok. 3) Pengaruh Kata bagi Tindakan : penggunaan kata yang kita gunakan dalam menyampaikan suatu pesan sangat lah berpengaruh kepada tindakan seseorang, para penulis komunikasi publik menyebut nya sebagai penggunaan bahasa secara efektif sebagai Kefasihan. Penggunaan Kefasihan dalam pidato menunjukkan penggunaan kata yang dramatis, membangkitkan semangat, mengubah perasaan atau membujuk orang lain

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada paradigma postpositivisme, yang meyakini bahwa kebenaran bersifat kompleks dan tidak tunggal. Metode ini bertujuan untuk memahami fenomena dalam konteks alami, tanpa adanya manipulasi seperti dalam eksperimen. Dalam pendekatan ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan analisis data. Metode ini digunakan untuk memahami bagaimana komunikasi verbal digunakan dalam konten TikTok Vina Muliana sebagai media edukasi karir. Pendekatan ini memungkinkan analisis mendalam tentang komunikasi verbal yang digunakan oleh Vina Muliana dan respons dari audiens.

Adapun video yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah video yang diposting pada bulan Agustus 2024 yang memiliki jumlah penonton lebih dari satu juta penonton serta membahas terkait informasi mengenai edukasi karir. Adapun video-video tersebut adalah sebagai berikut :

No	Tanggal (2024)	Judul video	Jumlah			
			Penonton	Like	Komen	Share
1	01 Agustus	Awas Loker Bodong	3.500.000	216.700	1.754	2.804
2	2 Agustus	Update CPNS 2024	2.400.000	215.200	2.680	28.800
3	8 Agustus	Trik Perkenalan Diri SMA/SMK Ga Aktif No Pengalaman	2.100.000	183.300	683	5.695
4	12 Agustus	Bantu Review LinkedIn Netizen Eps : Sekar	1.100.000	111.200	429	6.080
5	19 Agustus	CPNS 2024 Dibuka!!!	4.800.000	320.400	4.457	41.500
6	27 Agustus	Contekan Jawab Interview Kenapa Kamu Minta Gaji Segitu?	2.500.000	152.000	294	1.775
7	29 Agustus	BUMN Buka Banyak Loker Edisi : Agustus'24	2.000.000	144.000	1.064	23.300

Selain itu, untuk mendukung hasil penelitian, maka akan dilakukan wawancara kepada 3 Narasumber yaitu mahasiswa semester akhir serta telah mengikuti Akun Vina Muliana untuk ditanya lebih dalam mengenai komunikasi yang Vina gunakan. Adapun narasumber tersebut adalah sebagai berikut :

No	Nama	Nim	Fakultas	Jurusan	Semester
1	Martin Huda Firdiyasyah	2120501088	Dakwah dan Komunikasi	Komunikasi Penyiaran Islam	8
2	Mis wara	2120404037	Adab dan Humaniorah	Politik Islam	8
3	Yeni Yuniarni Putri	2130501001	Dakwah dan Komunikasi	Komunikasi Penyiaran Islam	8

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dari 7 video yang telah dianalisis, peneliti menemukan beberapa pesan yang disampaikan Vina Muliana dalam meng-edukasi terkait karir yang diunggah pada akun Tiktoknya. Adapun pesan-pesan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Video yang berjudul “Awas Loker Bodong”

Dari video pertama, ada beberapa pesan yang disampaikan oleh Vina Muliana, yaitu :

1. Pesan untuk berhati-hati dalam mencari pekerjaan (terkhusus pekerjaan yang berasal dari video Vina) karena belum tentu Vina yang menyebarkan video tersebut yang pada akhirnya mengarah pada penipuan.
2. Pesan untuk berhati-hati dalam memilih pekerjaan yang memiliki persyaratan yang mudah dan gampang serta dijanjikan gaji yang besar, karena hal tersebut sudah pasti penipuan.

Dari postingan pertama, peneliti menemukan bahwa terdapat bahasa gaul yang digunakan Vina ketika menyampaikan informasi tersebut. Pada menit ke 01:15, Vina mengatakan “kalau kamu dapat informasi **Loker** apapun itu yang dimana persyaratannya gampang dan dijanjikan dengan gaji yang **gede**”. Dari kalimat tersebut terdapat 2 kata bahasa gaul yang digunakan Vina, yaitu pada kata “**Loker**” dan “**Gede**”. Kata “Loker” merupakan singkatan dari “Lowongan Kerja” yang seringkali digunakan oleh anak muda sebagai penyebutan bahasa sehari-hari agar lebih mudah diucapkan dan ditulis. Kemudian, Kata “Gede” merupakan bahasa yang berasal dari daerah Jawa dan Sunda yang memiliki arti “Besar”. Kata Gede banyak digunakan di media sosial oleh anak muda karena lebih santai dan ekspresi

Selain bahasa gaul, peneliti juga menemukan bahwa video yang diposting pada tanggal 1 Agustus 2024 tersebut juga terdapat kalimat yang diucapkan Vina Muliana yang dapat mempengaruhi tindakan seseorang, yaitu ketika Vina mengatakan “aku juga **Menghimbau** nih buat teman-teman semua untuk bisa lebih hati-hati”. Kata “Menghimbau” adalah kata yang digunakan untuk memperingatkan orang lain tentang suatu hal. Dari kalimat yang Vina Muliana ucapkan dapat menimbulkan perasaan waspada bagi orang yang mendengarnya.

2. Video yang berjudul “Update CPNS 2024”

Kemudian pada postingan kedua. Pesan yang disampaikan oleh Vina Muliana yaitu diantaranya sebagai berikut :

1. Informasi mengenai seleksi CPNS 2024 yang akan dilaksanakan pada bulan agustus 2024.
2. Informasi mengenai beberapa kementerian yang telah memberitahu formasi seleksi CPNS.
3. Informasi mengenai PPPK (Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja) yang diperbolehkan mengikuti seleksi CPNS asal memenuhi syarat.
4. Informasi mengenai syarat tes CPNS 2024.

Dalam postingan tersebut, ditemukan adanya bahasa gaul yang Vina Muliana ucapkan yaitu pada kalimat “setelah di **PHP** in dan harus mundur dua kali, seleksi CPNS akan dilakukan pada Agustus 2024”. Kata **PHP** merupakan singkatan dari kalimat **Pemberi Harapan Palsu**, yang mana kata ini sering digunakan oleh anak muda untuk menunjuk seseorang yang berbohong dan tidak menepati janjinya. Kemudian Bahasa Gaul yang Vina Muliana ucapkan selanjutnya yaitu pada kata **Ngespill**, pada kalimat “ada beberapa kementerian yang udah **Ngespill** formasinya”. Kata **Ngespill** berasal dari kata **Spill** yang ditambahi imbuhan “**Ng-**,” kata “spill” berasal dari bahasa inggris yang berarti “tumpahan”. Namun, kata ngespill sering digunakan orang indonesia dalam percakapan sehari-hari di media sosial yang memiliki arti “mengungkapkan, membocorkan, atau memberitahu”. Kemudian Bahasa Gaul selanjutnya yaitu pada kalimat “jangan lupa follow Akun Tiktok Vina Muliana biar gak ketinggalan informasi soal CPNS dan informasi **loker** lainnya”. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa kata **Loker** merupakan bahasa gaul yang seringkali digunakan oleh anak muda sebagai penyebutan bahasa sehari-hari agar lebih mudah diucapkan dan ditulis

Selain itu, peneliti juga menemukan terdapat kata yang Vina Muliana ucapkan yang dapat mempengaruhi tindakan seseorang yaitu pada saat Vina Muliana mengatakan “jangan lupa follow Akun Tiktok Vina Muliana biar gak ketinggalan informasi soal CPNS dan informasi loker lainnya”. Kalimat yang Vina ucapkan dapat membuat orang yang tidak ingin ketinggalan informasi seputar pekerjaan akan mengikuti akun Tiktok Vina Muliana.

3. Video yang berjudul “Trik Perkenalan Diri Sma/K Ga Aktif No Pengalaman”.

Setelah dianalisis, peneliti menemukan bahwa pesan yang disampaikan Vina dalam video tersebut yaitu mengenai cara memperkenalkan diri bagi lulusan SMA atau SMK yang tidak punya pengalaman apa-apa ketika wawancara. Dari postingan tersebut pula terdapat bahasa gaul yang Vina Muliana gunakan, yaitu pada saat mengucapkan kalimat “kamu bisa menggunakan teknik **Daging** sebagai teknik perkenalan diri”. Kata daging merupakan singkatan dari kalimat a) jelasin DATA diri singkat b) jabarin keGIatan disekolah c) sampaikan keNGGinan dan aspirasi karir. Kata **Daging** merupakan singkatan yang dibuat Vina Muliana sebagai tips perkenalan diri ketika wawancara kerja.

Selain bahasa gaul, peneliti juga menemukan bahwa terdapat kata yang dapat mempengaruhi tindakan, yaitu pada detik ke 00:11, dimana pada saat itu Vina mengatakan “nah tenang ya meskipun kamu nggak ada pengalaman, kegiatan kamu pas disekolah juga bisa dijelasin, kamu bisa pakai teknik Daging”. Secara tidak langsung, kalimat yang diucapkan oleh Vina tersebut dapat memotivasi orang agar tetap semangat dan tidak perlu khawatir dalam memperkenalkan diri meskipun tidak punya pengalaman apapun.

4. Video yang berjudul “Bantu Review LinkedIn Netizen Eps : Sekar

Pesan yang disampaikan oleh Vina dalam video tersebut yaitu informasi mengenai bagaimana cara membuat Linkdin yang bagus untuk melamar pekerjaan.

Berdasarkan hasil analisis dari video yang diposting pada tanggal 12 Agustus 2024 tersebut, peneliti menemukan bahwa terdapat kata yang dapat mempengaruhi tindakan seseorang yaitu pada kalimat “sumpah aku baru nemu satu LinkedIn yang bagus banget, bisa kamu contoh kalau kamu lagi kuliah atau lagi cari magang” dalam kalimat tersebut. Kalimat ini memberikan saran tidak langsung bahwa orang yang ingin melamar kerja atau magang perlu memiliki profil LinkedIn yang baik sebagai referensi. Hal ini mendorong audiens untuk memperbaiki atau memperbarui profil LinkedIn mereka sesuai dengan contoh yang Vina tunjukkan agar lebih profesional.

5. Video yang berjudul “CPNS 2024 Dibukaa!!!”

Dari video dengan judul diatas ditemukan bahwa pesan yang disampaikan oleh Vina Muliana yaitu sebagai berikut :

1. Informasi mengenai pendaftaran CPNS yang dimulai pada tanggal 20 Agustus sampai 16 September 2024
2. Informasi mengenai tanggal-tanggal penting seperti tanggal seleksi administrasi, pelaksanaan SKD dan SKB serta pengumuman hasil CPNS pada bulan Januari 2025.
3. Informasi mengenai Formasi yang dibuka untuk orang yang baru lulus kuliah yaitu di instansi pusat dan daerah.
4. Informasi mengenai persyaratan yang harus dilakukan untuk mengikuti seleksi CPNS.

Dari video yang diposting, terdapat bahasa gaul yang peneliti temukan yaitu pada kalimat “sebelum aku **Spill** semuanya, coba follow dulu biar gak ketinggalan info lainnya”, sama seperti sebelumnya bahwa kata spill merupakan kata yang berasal dari bahasa inggris yang memiliki arti “tumpahan”, namun kata ini sering digunakan oleh orang indonesia menjadi bahasa gaul yang memiliki arti “ Memberitahu atau Membocorkan”.

Selain bahasa gaul, peneliti juga menemukan bahwa adanya kata yang dapat mempengaruhi tindakan, yaitu pada saat Vina mengatakan “sebelum aku spill semuanya, coba *follow* dulu biar nggak ketinggalan informasi lainnya”. Kalimat yang Vina ucapkan dapat memuat seseorang yang merasa tidak ingin ketinggalan informasi akan melakukan tindakan (*mem-follow*) akun tiktoknya.

6. Video yang berjudul “Contekan Jawab Interview Kenapa Kamu Minta Gaji Segitu?”

Di video tersebut, pesan yang disampaikan oleh Vina yaitu mengenai cara menjawab pertanyaan HRD ketika wawancara kerja ketika ditanya “kenapa meminta gaji tersebut”.

Dari video yang diposting pada tanggal 27 Agustus 2024 tersebut, peneliti menemukan bahwa adanya bahasa gaul yang digunakan Vina. Bahasa gaul tersebut yaitu pada kata **Selow** dalam kalimat “selow jangan panik”. Kata **selow** merupakan kata yang berasal dari ejaan bahasa Inggris "slow" yang berarti "pelan" atau "lambat". Namun kata ini digunakan orang indonesia khususnya dikalangan anak muda sebagai bahasa sehari-hari yang memiliki arti santai atau tenang.

Selain bahasa gaul, peneliti juga menemukan adanya pengaruh kata bagi tindakan dalam video tersebut. Yaitu ketika Vina mengatakan “selow jangan panik, kalau ditanya seperti ini kamu bisa jawab dengan kasih tau pengalaman yang kamu punya, kamu juga bisa kasih tau apa saja skill yang kamu miliki dan terus dikembangkan selama berkarir yang bisa buat kamu berhak dapat gaji tersebut”. Kalimat yang Vina Muliana ucapkan tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga dapat memberikan motivasi dan rasa percaya diri seseorang ketika ingin mengajukan kenaikan gaji ditempat kerja yang baru dengan menjawab pertanyaan seperti yang Vina ajarkan.

Berbeda dengan video-video lainnya, divideo ini peneliti menemukan adanya kata ambigu dan kontekstual yang terdapat dalam komunikasi Vina, yaitu pada menit ke 00:49 dimana pada saat itu Vina mengatakan “Apalagi jika dilihat dari nilai pasar, nominal yang disebutkan tadi masuk ke dalam range di posisi yang saya lamar.” Kata pasar memiliki arti sebagai tempat jual beli, Namun, dalam kalimat ini, konteksnya berkaitan dengan nilai atau standar gaji di pasar kerja atau lingkungan pekerjaan.

7. BUMN Buka Banyak Loker Edisi : Agustus’24

Dari video yang diposting pada tanggal 29 Agustus 2024 tersebut ditemukan bahwa pesan yang disampaikan Vina Muliana yaitu informasi mengenai lowongan pekerjaan BUMN serta informasi mengenai nama-nama perusahaan yang membuka lowongan pekerjaan tersebut.

Dalam video diatas, terdapat bahasa gaul yang diduganakan dalam komunikasi yang Vina Muliana, yaitu kalimat “BUMN ini lagi cari pegawai laut, **kayak** nahkoda dan kepala kamar mesin”. Kata “ kayak” digunakan untuk menyatakan **kemiripan**, atau lebih tepatnya memiliki arti “seperti”. Kemudian kata selanjutnya yaitu pada kalimat “disini **ya guys ya** kalau mau ngelamarnya”. Kata “ya guys ya” sering digunakan oleh *Creator* media sosial kepada pengikutnya sebagai bentuk kata sapaan. Selanjutnya yaitu pada kalimat “ini lokernya terbuka buat mereka yang sudah memiliki pengalaman”. Seperti yang sudah dibahas bahwa kata “**Loker**” merupakan singkatan dari kata “lowongan kerja” yang digunakan oleh kalangan anak muda agar lebih mudah diucapkan dan ditulis.

Dalam video tersebut juga terdapat bentuk pengaruh kata bagi tindakan yaitu pada kalimat “**semangat dan jangan lupa follow**”. Kalimat ini memiliki tujuan untuk memotivasi dan mendorong audiens agar melakukan tindakan (mem-follow akun Tiktokny).

Pembahasan

Dari hasil dan penjelasan diatas, maka didapatlah kesimpulan bahwa pesan edukasi karir yang disampaikan oleh Vina Muliana dalam akun Tiktoknya cenderung menggunakan gaya bahasa yang santai dan mengandung unsur bahasa gaul. Penggunaan bahasa gaul yang digunakan oleh Vina tampaknya menjadi strategi komunikasi yang bertujuan untuk membangun kedekatan serta menyederhanakan penyampaian informasi dengan audiens, mengingat bahwa mayoritas pengguna Tiktok di indonesia adalah remaja atau anak muda. Dengan menggunakan bahasa yang mereka pahami dan gunakan, Vina dapat memasuki “lingkaran sosial” mereka, membuat dirinya tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai “bagian dari mereka”. Tidak hanya itu, penggunaan bahasa gaul memungkinkan Vina untuk menurunkan jarak sosial antara dirinya sebagai public figur dengan audiens sebagai pengguna.

Temuan ini juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan beberapa informan yang memberikan tanggapan senada mengenai gaya komunikasi yang digunakan oleh Vina Muliana, yaitu pada saat peneliti mengajukan pertanyaan “Apakah gaya bahasa yang digunakan oleh Vina Muliana dalam video edukasinya terasa formal, santai, atau bagaimana? Dan apakah itu cocok untuk audiens seperti Anda?”

Miswara, salah satu informan, menyatakan bahwa “gaya bahasa Vina Muliana terasa santai namun tetap profesional. Tidak jarang Vina Muliana menggunakan bahasa gaul sebagai pendekatan kepada audiens. Gaya ini sangat cocok bagi saya karena saya lebih menyukai penyampaian yang tidak kaku”. Sementara itu, Martin mengungkapkan bahwa “gaya bahasa yang digunakan Vina Muliana terasa santai dan bersahabat. Penyampaiannya tidak terlalu kaku, sehingga saya merasa mudah memahami setiap materi yang disampaikan”. Kemudian narasumber lain yaitu Yeni menyatakan bahwa “gaya bahasa yang digunakan Vina Muliana merupakan perpaduan antara formal dan santai. Meskipun dia menyampaikan materi dengan jelas dan terstruktur, namun tetap menyisipkan nuansa keakraban. Hal ini membantu saya untuk memahami topik-topik yang kompleks tanpa merasa terbebani oleh istilah-istilah yang terlalu formal”. Pendapat ini menunjukkan bahwa kombinasi antara struktur formal dan pendekatan santai dapat menciptakan suasana pembelajaran yang lebih inklusif dan mudah dipahami oleh audiens.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa gaya bahasa yang digunakan oleh Vina Muliana, yang memadukan unsur formal dan non-formal (bahasa gaul) dinilai efektif dalam membangun komunikasi yang komunikatif dan memudahkan pemahaman audiens terhadap materi yang disampaikan.

Selain dari bahasa gaul, hasil observasi dan wawancara juga menunjukkan bahwa Vina Muliana tidak hanya menyampaikan informasi secara informatif dan komunikatif, tetapi juga menggunakan bahasa yang memiliki potensi untuk mempengaruhi tindakan audiens secara langsung maupun tidak langsung.

Untuk melihat apakah komunikasi yang digunakan Vina dapat mempengaruhi tindakan seseorang atau tidak, maka peneliti melakukan wawancara terhadap tiga narasumber. Yaitu dengan mengajukan pertanyaan “Apa yang membuat Anda mengikuti akun Tiktok Vina Muliana?”. Dari pertanyaan tersebut, peneliti mendapatkan 3 jawaban, yaitu pada narasumber pertama yang bernama Miswara menyatakan bahwa “saya mengikuti akun Vina Muliana karena saya merasa kontennya tidak hanya bermanfaat tetapi juga selalu update dan tidak hanya ngasih tahu tentang persiapan karir saja tetapi kadang juga memberikan informasi mengenai perusahaan-perusahaan yang membuka lowongan pekerjaan”. Pernyataan narasumber pertama merupakan bentuk efek dari pengaruh kata bagi tindakan yang diucapkan oleh Vina yaitu ketika Vina mengucapkan kalimat “jangan lupa follow Akun Tiktok Vina Muliana biar gak ketinggalan informasi soal CPNS dan informasi loker lainnya”. Kalimat yang Vina ucapkan dapat membuat orang yang tidak ingin ketinggalan informasi seputar pekerjaan akan mengikuti akun Tiktok Vina Muliana seperti narasumber pertama.

Kemudian narasumber kedua yang bernama Martin mengatakan “Saya mengikuti akun Vina Muliana karena konten yang disajikan relevan dengan kebutuhan pengembangan karier saya”. Sementara narasumber ketiga yang bernama Yeni mengatakan “saya mengikuti akun Vina Muliana karena konten edukasi yang disajikan sangat menginspirasi karena tidak hanya menyajikan teori, tapi juga dilengkapi dengan contoh nyata yang terjadi pada dunia kerja”. Pernyataan-pernyataan ini memperkuat indikasi bahwa bahasa yang digunakan Vina Muliana dalam kontennya memiliki efek nyata terhadap perilaku

audiens, baik dalam bentuk interaksi digital maupun tindakan nyata dalam dunia profesional. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dimana terdapat kalimat yang digunakan Vina yaitu pada postingan “Trik Perkenalan Diri Sma/K Ga Aktif No Pengalaman”, “Contekan Jawab Interview Kenapa Kamu Minta Gaji Segitu?”, dan postingan berjudul “Bantu Review LinkedIn Netizen Eps : Sekar. Ketiga postingan tersebut merupakan konten yang memberikan contoh nyata mengenai dunia karir yang sesuai dengan pernyataan narasumber kedua dan ketiga.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa dalam konten Vina Muliana tidak hanya bersifat informative dan komunikatif, tetapi juga memiliki unsur persuasive dalam memengaruhi tindakan audiens. Pilihan kata dan cara penyampaian yang digunakan mampu mendorong audiens untuk berpartisipasi lebih aktif dalam proses pencarian informasi, pengembangan diri, dan perencanaan karier.

Selain bahasa gaul dan pengaruh kata bagi tindakan, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dari 7 video yang dianalisis, namun hanya ditemukan 1 kata ambigu dan kontekstual yang diucapkan oleh Vina Muliana yaitu pada postingan yang berjudul “Contekan Jawab Interview Kenapa Kamu Minta Gaji Segitu?”. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang digunakan Vina Muliana pada bulan Agustus 2024 menggunakan bahasa yang jelas, komunikatif, dan mudah dipahami oleh khalayak luas. Hal ini dibuktikan dari 7 video yang dianalisis, namun hanya ditemukan satu kata yang dapat dikategorikan sebagai ambigu atau kontekstual. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa ambigu dalam konten tersebut sangat minim dan tidak bersifat dominan.

Temuan ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan beberapa narasumber yang mewakili audiens konten Vina Muliana, khususnya dari kalangan mahasiswa. Yaitu pada saat peneliti mengajukan pertanyaan “Apakah ada bagian dari video di mana Anda merasa pesan yang disampaikan kurang jelas atau membingungkan?”

Narasumber pertama, Miswara menyatakan bahwa “Sebagai mahasiswa, saya suka cara Vina menjelaskan materi di videonya. Bahasa yang dipakai ringan dan pembahasannya runtut, jadi saya bisa paham tanpa harus mengulang-ulang. Bahkan ketika dia bahas topik yang baru buat saya, penjelasannya tetap mudah dipahami.”

Pernyataan selanjutnya disampaikan oleh Martin yang mengatakankan “Saya merasa semua video yang disampaikan oleh Vina Muliana sangat jelas. Cara dia menjelaskan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan tidak berbelit-belit.”

Narasumber ketiga, Yeni, juga menegaskan bahwa sejauh ini ia tidak pernah mengalami kebingungan dalam memahami pesan yang disampaikan dalam video Vina Muliana. Ia menyatakan “Sejauh ini pesan yang saya lihat dari video Vina Muliana tidak ada yang tidak saya mengerti.” Pernyataan ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa kejelasan bahasa merupakan salah satu kekuatan utama dalam konten yang disampaikan oleh Vina Muliana.

Kesesuaian antara hasil dari video yang dianalisis dan pernyataan dari narasumber tersebut mengindikasikan bahwa penggunaan bahasa dalam konten Vina Muliana sangat efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Bahasa yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun koneksi dengan audiens. Dengan demikian, peneliti berasumsi bahwa konten Vina Muliana tidak hanya unggul secara informatif, tetapi juga secara komunikatif, yang terbukti dari respon positif audiens dan rendahnya tingkat ambiguitas dalam penggunaan bahasa. Namun, hal ini perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk membuktikan asumsi peneliti tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan observasi terhadap 7 video yang diunggah pada akun Tiktok Vina Muliana, tampak bahwa fokus utama dalam konten edukatif tersebut cenderung mengarah pada informasi mengenai seleksi Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS). Hal ini terlihat dari dominasi topik yang dibahas bahwa 2 dari 7 video yang dianalisis adalah informasi mengenai CPNS, seperti informasi mengenai seleksi CPNS 2024 yang akan dilaksanakan pada bulan agustus 2024, informasi mengenai beberapa kementerian yang telah memberitahu formasi seleksi CPNS, informasi mengenai PPPK (Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja) yang diperbolehkan mengikuti seleksi CPNS asal memenuhi syarat, informasi mengenai syarat tes CPNS 2024, informasi mengenai pendaftaran CPNS yang dimulai pada tanggal 20 Agustus sampai 16 September 2024, informasi mengenai tanggal-tanggal penting seperti tanggal seleksi administrasi, pelaksanaan SKD dan SKB, informasi mengenai pengumuman hasil CPNS pada bulan Januari 2025, informasi mengenai Formasi yang dibuka untuk *Freshgraduate*, serta informasi mengenai persyaratan yang harus dilakukan untuk mengikuti seleksi CPNS.

Dalam penyampaian, Vina memanfaatkan gaya bahasa gaul yang populer di kalangan anak muda, sehingga pesan yang disampaikannya terasa lebih dekat, relevan, dan mudah diterima oleh pengikutnya. Penggunaan bahasa sehari-hari yang santai dan akrab menjadi kekuatan utama dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens serta menciptakan kesan komunikasi dua arah yang lebih personal dan inklusif.

Selain itu, Vina juga menunjukkan kemampuan dalam menyisipkan elemen persuasif dalam setiap konten edukatifnya. Ia menggunakan kata-kata yang mampu membangkitkan motivasi, dan mendorong tindakan nyata dari audiens, seperti mempersiapkan CV, memperbarui LinkedIn, hingga membangun personal branding. Strategi ini menunjukkan bahwa Vina tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berupaya memengaruhi perilaku audiens agar lebih proaktif dalam mengelola karier mereka.

Gaya komunikasinya juga ditandai dengan minimnya penggunaan kalimat yang ambigu dan kontekstual, yang seringkali menjadi kendala dalam pemahaman pesan di media sosial. Hal tersebut dibuktikan dari 7 video yang dianalisis namun hanya terdapat kata ambigu dan kontekstual pada 1 video. Dengan memilih diksi yang lugas dan langsung pada inti pesan, Vina berhasil menciptakan komunikasi

yang jelas, mudah dipahami, dan tidak menimbulkan interpretasi ganda. Hal ini penting dalam konteks platform seperti TikTok yang memiliki durasi terbatas dan menuntut penyampaian pesan yang singkat namun tetap bermakna.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto Elvinaro. (2017) *"Komunikasi Massa Suatu Pengantar"*. Bandung, Simbiosis Rekatama Media

Badan Pusat Statistik. (2024). "Tingkat pengangguran terbuka menurut provinsi (persen) 2024". Diakses pada tanggal 04 februari 2025 dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTQzIzI=/tingkat-pengangguran-terbuka-menurut-provinsi.html>

Badan Pusat Statistik. (2024, Mei 06). "Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Sebesar 4,82% dan Rata-Rata Upah Buruh Sebesar 3,04 Juta Perbulan". Diakses Tanggal 04 Februari 2025 Dari <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/05/06/2372/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-82-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-04-juta-rupiah-per-bulan.html>

Catharine Amanda S Maria, Irmayanti, Nur Raisa. (2024). *"Analisis Gaya Komunikasi Dokter Ika Dalam Konten Edukasi Perawatan Kulit di TikTok"* Vol 7.No 1.

Gina Octaviana.(2024). "Jumlah pengguna tiktok indonesia makin melejit". Diakses pada 13 November 2024 Dari <https://www.rri.co.id/ipitek/1071480/jumlah-pengguna-tiktok-indonesia-semakin-melejit>

Hariyanto Didik, (2021), *"Buku ajar pengantar ilmu komunikasi"*. Jawa timur, Jurnal UMSIDA Press, Cet ke-1

Irwansyah, Kusuma Rahardaya Astrid. (2021) *"Studi Literatur Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19"*, Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis, Vol 3, No 2.

Morissan (2013), *"Teori komunikasi individu hingga massa"* Jakarta, Prenadamedia group

Mulyana Dedi. (2019) *"Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar"*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, Cet 22
Nofrion (2016), *"Komunikasi pendidikan penerapan teori dan konsep komunikasi dalam pembelajaran"*. Jakarta

Nugraha Nuning. (2014), *"Efektifitas Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Oleh Polisi Resor Kota Samarinda Dalam Mensosialisasikan Program Safety Riding Kepada Pengendara Roda Dua Di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Samarinda"*. E Journal Ilmu Komunikasi. Vol 2.No 3.

Roudhonah. (2019). *"Ilmu Komunikasi"*. Depok. PT RajaGrafindo Persada.

Setiawan Hendra, Raehani Gina, Supriadi Oding. (2022) *"Analisis Tindak Tutur Direktif Pada Akun Tik Tok @Vmulliana Dan Relevansinya Sebagai Penyusunan Handout"*. Vol 8. No 23.

Setiawan Hendra. Raehani Gina. Oding Supriadi. *"Analisis Tindak Tutur Direktif Pada Akun Tik Tok @Vmulliana Dan Relevansinya Sebagai Penyusunan Handout"*. 2022. Vol 8. No 23.

Stewart L Tubbs., Sylvia Moss. (2012), *"Human Communication Priinsip-Prinsip Dasar"* Bandung, PT, Remaja Rosdakarya, Cet 6.

Sugiyono. (2022), *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D"*. Bandung. Penerbit Alfabeta. Edisi 2. Cet-29

Vimala Femmyna Candrika, Masniah ningsih, Ratnaningrum Z.D. *“pemanfaatan aplikasi tik tok sebagai media edukasi di bidang karir pada akun tik tok vina muliana”*. Jurnal Universtias Majapahit. Universitas Islam Majapahit. 2022. Vol 1. No 1

Vina Muliana. (2024, Juli 18). ”Mengenal Vina Muliana”. Diakses Tanggal 28 Februari 2025 Dari <https://vt.tiktok.com/ZSMPgEDrC/>

Yeni Fitriyani. (2024). *“Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital”* Jurnal Prosiding sosial politik. Vol 1. No 1

Yozani Ringgo Eldapi, Hamida Tika Isma, Lubis Evawani Elsy. (2022) *“Efektivitas Komunikasi Akun Tiktok @Buiramira Sebagai Media Edukasi Akademik Mahasiswa Universitas Riau”*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis. Universitas Riau. Vol 8. No 1.