

Analisis penerimaan *followers* tentang klarifikasi vina muliana pada tiktok @Vmuliana dalam konten “Cerita Perjalanan Karierku”

Luluk Afifi*, Diana Amalia

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

*Email korespondensi: lulukafifi13@gmail.com

Diterima: 14 Juni 2024; Direvisi: 23 Oktober 2024; Terbit: 30 Oktober 2024

Abstract

This research was motivated by Vina Muliana's clarification on Tiktok @Vmuliana in the content "My Career Journey Story", which resulted in this information going viral. This research aims to determine Followers' acceptance of Vina Muliana's clarification on the Tiktok account @VMuliana in the content "My Career Journey Story", with a qualitative descriptive study. to explain the depth of phenomena by collecting data in detail and in depth. This research uses a qualitative approach, which focuses on the research subject, namely @VMuliana's followers, taken from 9 @VMuliana followers who will be used as informants. This research uses qualitative tests with a flexible interview method. Researchers conducted in-depth interviews by contacting via WhatsApp telephone. Interviews via WhatsApp can be done in various ways, namely by sending text messages, voice notes (voice messages) and video calls (video calls). The research results show that Vina Muliana's clarification still maintains the good name of insiders, the insider route is the right and fast solution, entering using the insider route still requires following the procedures set by the company such as the on boarding process, brobation and periodic assessments. This can be categorized into the Dominant-Hegemonic Code category. Another opinion related to accepting Vina Muliana's clarification is that it creates unhealthy competition, reduces credibility and social jealousy between workers. However, they do not support the clarification content from Vina Muliana on the Tiktok account @VMuliana with the theme "My Career Journey Story", this can be categorized into the Opposition Code category. No Negotiated Code category was found because in Vina Muliana's clarification the informants only accepted and rejected the clarification based on their respective points of view.

Keywords : *Acceptance; hegemony; negotiation; opposition.*

Abstrak

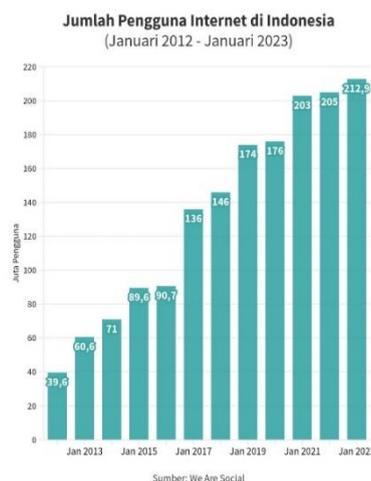
Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya klarifikasi Vina Muliana pada Tiktok @Vmuliana dalam konten “Cerita Perjalanan Karierku”, yang mengakibatkan informasi ini menjadi viral. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penerimaan Followers terhadap klarifikasi Vina Muliana pada akun Tiktok @VMuliana dalam konten “Cerita Perjalanan Karierku”, dengan studi deskriptif kualitatif. untuk menjelaskan kedalaman fenomena dengan mengumpulkan data secara detail dan mendalam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang berfokus pada subyek penelitian yaitu Followers @VMuliana yang diambil 9 followers @VMuliana yang akan dijadikan informan. Penelitian ini menggunakan uji kualitatif dengan metode wawancara yang bersifat *fleksibel*. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan cara menghubungi via telepon whatsapp. Wawancara melalui whatsapp dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu dengan cara melakukan pesan teks, *voice note* (pesan suara) dan video call (panggilan video). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Klarifikasi Vina Muliana ini masih menjaga nama baik orang dalam, jalur orang dalam merupakan solusi yang tepat dan cepat, masuk dengan jalur orang dalam tetap harus mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut seperti *proses on boarding*, *brobation* dan penilaian berkala. Hal ini bisa dikategorikan ke dalam kategori *Dominant-Hegemonic Code*. Pendapat lain terkait dengan penerimaan klarifikasi Vina Muliana adalah menimbulkan persaingan tidak sehat, menurunkan kredibilitas dan kecemburuan sosial antar pekerja. Namun mereka tidak mendukung konten klarifikasi dari Vina Muliana yang terdapat pada akun Tiktok @VMuliana bertema “Cerita Perjalanan Karierku”, hal ini bisa dikategorikan ke dalam kategori *Opposition Code*. Tidak ditemukan kategori *Negotiated Code* karena dalam klarifikasi

Vina Muliana ini para informan hanya menerima dan menolak Klarifikasi tersebut atas dasar sudut pandang mereka masing-masing.

Kata-kata kunci: Penerimaan; hegemoni; negosiasi; oposisional.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi di Indonesia sangatlah pesat dan kebutuhan informasi juga semakin meningkat. Oleh sebab itu, Masyarakat sudah menganggap media sosial sebagai sumber informasi tercepat, terpercaya serta bersifat *real time*. Survei Katadata Insight Center (KIC) bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada tahun 2020 menunjukkan, Masyarakat Indonesia lebih mempercayai informasi yang beredar di media sosial keimbang situs resmi pemerintah. Berdasarkan survei katadata, 76% responden mencari informasi melalui media sosial, 59,5% televisi dan 25,25 melalui berita *online*. Masyarakat juga mempercayai media sosial karena dinilai mempunyai informasi data yang jelas dan lengkap (Burhan, 2020).

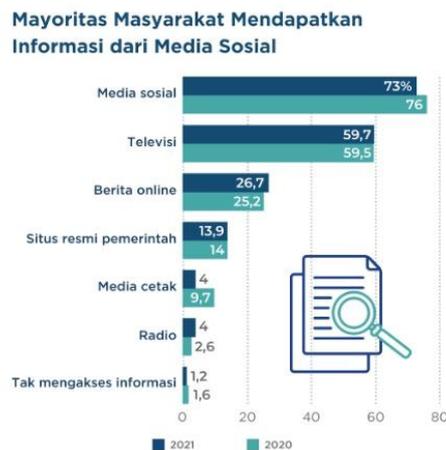


Sumber: Databoks.katadata.co.id, 2022

Gambar 1 Survei kepercayaan Masyarakat terhadap informasi di media sosial

Media sosial merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain secara *online* tanpa dibatasi ruang dan waktu. Menurut Antony Mayfield (2008) media sosial adalah media dimana penggunaanya dengan mudah berpartisipasi didalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, dan live streaming. Menurut Dave Kerpen (2011) menyebutkan bahwa media sosial dengan definisi menuju pada tempat berkumpulnya gambar, video, tulisan, dan hubungan interaksi dalam jaringan antara baik individu tau kelompok seperti organisasi. Media sosial merupakan sebuah media yang dapat dimanfaatkan penggunaannya untuk mempresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta menciptakan ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016). Media sosial tidak hanya mencakup jejaring sosial seperti *Facebook*,

Twitter, dan Instagram, tetapi juga platform komunikasi seperti WhatsApp, Telegram dan Line, serta platform berbagi video seperti Youtube dan Tiktok. Kementerian komunikasi dan informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang atau 95% menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Berdasarkan data riset yang di gunakan *We Are Social* pada tahun 2023, pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 Juta Jiwa.



Sumber: Teknologi.id, 2023

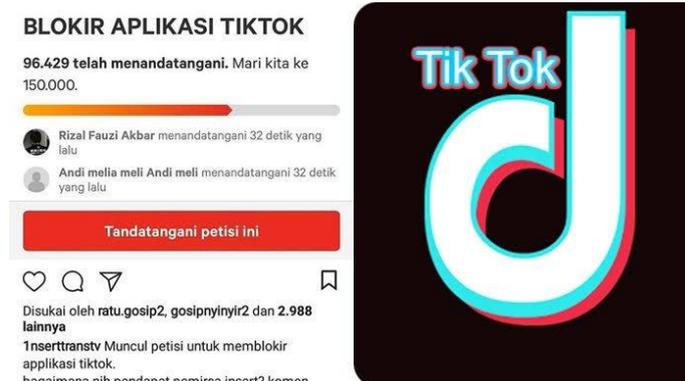
Gambar 2 Jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2012-2023

Sedangkan pengguna media sosial mencapai angka 167 Juta Jiwa pada Januari 2023 atau setara 60,4% dari populasi didalam negeri. Dari 98,3% pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon genggam (Ayu, 2023). Fenomena tersebut kemudian memunculkan banyak tren media sosial yang menjadi peluang besar bagi para pengguna jika dimanfaatkan sebaik mungkin. Namun tren media sosial berkembang seiring dengan kebutuhan pengguna, semakin beragam kebutuhan pengguna maka tren media sosial juga akan semakin berkembang secara pesat. Salah satu media sosial yang menjadi wadah bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan sehari-hari salah satunya media sosial Tiktok.

Salah satu media sosial yang membuat peneliti tertarik untuk diteliti adalah media sosial Tiktok. Tiktok merupakan media baru yang sangat diminati oleh masyarakat terutama Negara Indonesia. Aplikasi Tiktok mengalami peningkatan *potential ad reach* sebesar 19,4%, rata-rata waktu yang dihabiskan setiap bulannya mengalami peningkatan 25,5% menjadi 29 Jam (Annur, 2023). Tiktok adalah aplikasi yang memberikan *special effect* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah, sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman atau pengguna lainnya. Aplikasi video pendek ini memiliki dukungan music yang banyak, sehingga pengguna dapat

melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas dan banyak lagi (Ilahin, 2022). Tiktok merupakan platform media sosial yang dirancang untuk membuat, mengedit dan membagikan video pendek berdurasi 15 detik sampai 10 menit.

Tiktok menjadi trend anak muda masa kini. Aplikasi China ini memiliki versi terpisah yang disebut Douyin. Aplikasi Douying diluncurkan secara perdana pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming, pendiri perusahaan teknologi ByteDance. Siapa sangka aplikasi ini akan diterima dengan baik oleh penggunanya dan sangat populer di negara China. Tidak berhenti disitu ByteDance memperkenalkan aplikasi Douying ke komunitas global dunia. Namun ditengah naiknya aplikasi Douying, perusahaan ByteDance memutuskan mengganti nama Douying menjadi “Tiktok” (Wu, 2024). Pada tahun 2018, aplikasi Tiktok menjadi aplikasi paling viral di Indonesia. Namun sangat disayangkan, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) memblokir aplikasi ini pada 3 Juli 2018, disebabkan tidak memberikan konten Pendidikan. Tim Manajemen Tiktok membuat perjanjian untuk mematuhi aturan yang berlaku ditanah air dan meningkatkan layanannya agar berdampak positif. Selang sebulan pada Agustus 2018 aplikasi Tiktok kembali tersedia untuk diunduh kembali (Daon001, 2018).



Sumber : TribunKalteng.com, 2018

Gambar 3 Tampilan Kominfo memblokir Tiktok

Aplikasi Tiktok telah terunduh 1,09 miliar per April 2023 diseluruh dunia dan mendapatkan rating di playstore yaitu 4,4 dari 5 bintang terbaik, salah satunya di negara Indonesia sebanyak 109,9 juta pada Januari 2023. Tiktok menjadi salah satu aplikasi media sosial yang sangat populer belakangan ini dan menjadi trend di dunia. Namun siapa sangka yang awalnya identik dengan aplikasi video anak-anak alay di media sosial, kini berubah menjadi platform berbagi video kreatif yang asyik dan menghibur. Mayoritas pengguna aktif Tiktok adalah remaja berumur dibawah 18 tahun dan mereka adalah kalangan yang mudah dipengaruhi oleh kekuatan media massa. Tiktok mampu membuat para pengguna media sosial tertarik khususnya kalangan anak muda, artis, selebgram maupun youtuber untuk menuangkan

imajinasi dan mengepresikan kreatifitas mereka dalam membuat video hiburan berdurasi singkat dengan berbagai tema mulai dari komedi, membuat makanan, make up, horror, berita dan sebagainya. Namun dari kalangan anak muda tidak bisa menyaring terlebih dahulu pesan-pesan yang disampaikan oleh media, sehingga efek yang disampaikan oleh media semakin kuat. Tiktok hanyalah sebuah platform aplikasi yang dibuat oleh penciptanya yang bertujuan untuk hiburan semata dan diterima oleh khalayak. Menurut Hall et al., (2017) Khalayak atau pengguna Tiktok tersebut turut memberikan *feedback* terhadap konten ini yaitu dalam bentuk *likes*, *comments* ataupun *share*.

Tiktok mempunyai ciri khas yaitu halaman utama video kita muncul di pengguna lainnya disebut *For Your Page* (FYP), sehingga pengguna yang sering ditayangkan dalam FYP dapat menjadi *51st* an dan memiliki banyak pengikut, disebut sebagai seleb TikTok (Putri & Azeharie, 2021). *For Your Page* (FYP) adalah konten yang muncul di halaman utama Tiktok dan menampilkan konten disaat pengguna membuka pertama kali aplikasi yang merupakan konten yang lagi viral saat ini. Ada berbagai macam ide konten di aplikasi Tiktok yang membuat ide tersebut *For Your Page* (FYP), seperti : Konten "*Tips and Trick*", Konten Mukbang, Konten Edukasi, Konten Memasak (*Cooking*), Konten *Skincare*, Konten *Fashion*, Konten *Haul* Shopee, dan Konten *Dance Challenge*. Konten yang peneliti ambil ialah konten edukasi. Edukasi merupakan proses kegiatan belajar mengajar, Proses pembelajaran ini dapat dilakukan dengan cara formal, non-formal dan informal kepada individu atau kelompok dengan tujuan meningkatkan kualitas pola pikir dan mengembangkan potensi yang terdapat pada masing-masing individu. Konten edukasi adalah konten yang dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan informasi dan pengetahuan kepada *audiens* guna merubah cara pola fikir secara *online*. Tiktok juga memberikan edukasi-edukasi dalam pengetahuan yang lebih dalam seperti sains, teknologi maupun budaya (CBNdata, 2017).

Seperti akun milik Vina Muliana yang merupakan pegawai Badan Umum Milik Negara (BUMN) di MIND ID sebagai *Senior Associated, Cultural Strategi*. Vina Muliana menggunakan aplikasi media sosial salah satunya aplikasi Tiktok, untuk membuat konten edukasi yang bertemakan berbagai *Tips and Trick* cara pembuatan CV yang benar bagi *fresh Graduate*. Akun tiktok @Vmuliana memiliki 8,3M pengikut per-Oktober 2023 dan mendapatkan *likes* 187,6M dari keseluruhan vidionya serta akun tersebut centang biru atau bisa dibilang akun terverifikasi. Vina Muliana membuat konten tentang permasalahan *fresh graduate* untuk mencari kerja, cara membuat CV yang benar, tips berkarir, cara mengembangkan diri di dunia kerja, dan *interview* kerja, semua konten tersebut sangat

ditunggu-tunggu oleh anak muda jaman sekarang yang masih minim informasi tentang dunia pekerjaan. Vina Muliana berhasil meraih penghargaan *Tiktok Awards* Indonesia tahun 2021 kategori *Best Of Learning & Education*. Sangat disayangkan konten Vina Muliana bersama Najwa Shihab yang bertema “Jejak digital ngaruh buat lamar kerjaan ?” menuai kontroversi. Pro dan kontra bermunculan di kolom komentar video yang Vina Muliana upload pada tanggal 3 September 2023 dikarenakan menilai konten tersebut tidak sesuai dengan kenyataan, yang ternyata konten kreator Vina Muliana kerja sebagai HRD melalui orang dalam. Padahal konten yang selalu Vina Muliana unggah berhasil memotivasi banyak orang untuk terus meningkatkan kualitas diri agar dapat lolos proses rekrutmen, namun Vina Muliana masuk HRD disalah satu Perusahaan melalui jalur khusus alias orang dalam. Tuduhan tersebut pertama kali muncul di media sosial Twitter, selang beberapa hari video Vina Muliana dengan Najwa Shihab viral dan mendapatkan like 1.1M. Lalu, Vina Muliana melakukan klarifikasi melalui video Tiktok pribadinya bertema “Cerita Perjalanan Karierku” pada tanggal 9 September 2023, juga mendapatkan *like* 247,8K dengan menjelaskan perjalanan kariernya serta menjelaskan bahwa dirinya masuk BUMN dengan jalur rekomendasi rekannya sesuai prosedur resmi dari Perusahaan tersebut. Namun pro dan kontra masih bermunculan di kolom komentar Vina Muliana.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall. Teori *encoding* dan *decoding* merupakan teori yang menekankan pada peran pembaca atau khalayak dalam menerima pesan, bukan pada peran pengirim pesan. Menurut buku Ott, B.L., & Mack (2014), *encoding* adalah proses menciptakan pesan yang berarti menurut kode tertentu, sementara *decoding* sendiri adalah proses menggunakan kode untuk menguraikan pesan dan membentuk arti/makna.

Metode yang digunakan oleh peneliti ialah metode analisis resepsi. Analisis resepsi menurut Stuart Hall menjelaskan resepsi yaitu bagaimana proses pendekodean penonton berlangsung yang disampaikan oleh media. Dalam analisis resepsi, khalayak memiliki peranan yang penting karena secara khalayak aktif dapat menerima pesan dan dapat mengartikan suatu pesan atau symbol verbal maupun non verbal yang bisa dipahami (Milatishofa et al., 2021). Menurut Stuart Hall (1980), pemaknaan analisis resepsi dibagi 3 yaitu : *Dominant Hegemonic Position* (khalayak menerima), *Negotiated Reading* (khalayak berada ditengah-tengah atau netral) dan *Oppositional Reading* (khalayak menolak).

Metode Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang penulis teliti yaitu “Analisis Penerimaan *Followers* tentang klarifikasi Vina Muliana pada akun Tiktok @VMuliana dalam konten “Cerita Perjalanan Karierku” maka dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Mulyana (2003) metode kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memilih suatu objek yang alamiah dan peneliti menjadi kunci utama dalam sebuah penelitian. Penelitian kualitatif berusaha memahami karakter setiap individu serta melihat dari sudut pandang dalam diri manusia secara utuh. Menurut Nana Sukmadinata, (2005) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif yakni penelitian untuk menjabarkan serta menganalisa baik fenomena, kejadian, kegiatan sosial, sikap kepercayaan, pandangan, serta pemikiran orang, baik secara individu maupun kelompok. Sedangkan menurut McCarthy (2006) menjelaskan penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menggali informasi secara dalam dan terbuka pada berbagai tanggapan.

Berdasarkan beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian kualitatif menggunakan sistem analisis yang memiliki data berupa kata-kata secara tertulis maupun secara lisan. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif guna memberikan keluasan pada peneliti untuk memberikan wacana yang terdapat dalam penelitian sebagai upaya dalam memaparkan fenomena secara utuh.

Peneliti berfokus pada subyek penelitian yaitu *Followers* @VMuliana yang berjumlah 8.1 juta, namun hanya diambil 10 *followers* @VMuliana yang akan dijadikan informan. Informan dipilih dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*, yang diwawancarai dengan cara diseleksi berdasarkan pertimbangan tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian. *Purposive sampling* adalah salah satu Teknik sampling non random dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan peneliti, sehingga dapat menjawab permasalahan yang peneliti harapkan. Melihat keterbatasan peneliti yang akan digunakan penelitian, maka subyek penelitian ditentukan sebagai berikut :

1. Informan merupakan pengguna Tiktok aktif, pengguna aktif yang dimaksud adalah sering memposting video dan sering berkomentar di akun Tiktok @VMuliana,
2. Informan yang memberikan komentar.
3. Informan laki-laki maupun Perempuan,

Penelitian ini menggunakan uji kualitatif dengan metode wawancara yang bersifat *fleksibel*, yang dikemukakan oleh Moleong (2017), yaitu pelaksanaan wawancara dapat disesuaikan dengan masing-masing individu. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan cara menghubungi via telepon whatsapp. Wawancara melalui whatsapp dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu dengan cara melakukan pesan teks, *voice note* (pesan suara) dan video call (panggilan video).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Klarifikasi Vina Muliana terkait jalur orang pada tema “Cerita Perjalanan Karierku

Dalam klarifikasi Vina Muliana pada cuitan pertama “Padahal adik kita di UNPAD ini juga masuk BUMN kan juga dibantu sama senior kita yang Dirut Holding BUMN”, pada kasus ini menceritakan asal muasal dirinya masuk BUMN via *Professional Hire*. *Professional Hire* merupakan sebuah *rekrutment* yang membuka bagi kandidat yang sudah punya pengalaman kerja di bidang tertentu pada kurun waktu 3 tahun dan jalur ini juga merupakan jalur resmi seperti contoh Rekrutmen Prohire PLN Group. Vina Muliana juga mendapatkan informasi loker dari beberapa rekan dan relasi yang sudah bekerja di BUMN. Vina Muliana melamar di BUMN sesuai ketentuan yang ada sesuai prosedur dan peraturan perusahaan seperti *proses on boarding, probation*, penilaian berkala selama satu tahun dan dinyatakan lulus serta menjadi pegawai tetap BUMN sampai sekarang. Pada cuitan kedua “Yang masih pada definisi ngebelain mbaknya aneh banget deh. Mbaknya di BUMN, MIND ID, sedangkan dia S1 pertanian, langsung jadi TALENT DEVELOPMENT yang mustahil” pada kasus kedua ini Vina Muliana menjelaskan perihal dirinya lulusan S1 Pertanian, namun setelah Lulus dari S1 Pertanian tersebut Vina Muliana tidak langsung menjadi HRD. Vina Muliana mengawali karir sebagai jurnalis 3,5 tahun, nah di pekerjaan ini mengantarkan dirinya untuk mengembangkan sayapnya. Di pekerjaan sebagai jurnalis tersebut membuat dirinya mendapatkan relasi di BUMN, nah dari situlah Vina Muliana mendapatkan informasi terkait pembukaan loker perusahaan. Setelah diterima di BUMN dirinya ditugaskan pada bidang Humas dan Komunikasi selama 3 tahun, setelah bekerja di bidang Humas dan Komunikasi dirinya mendapatkan informasi kalau perusahaan membutuhkan ada orang di bidang HRD, dirinyapun harus pindah divisi karena bidang HRD yang dibutuhkan terkait *internal communication and employee angagement skill* yang dibutuhkan ialah skill komunikasi yang kuat. Setelah mengklarifikasi video tersebut menimbulkan banyak komentar negatif dan positif setiap *followers*.



Sumber : Tiktok
Gambar 4 Klarifikasi Vina Muliana pada tema konten
“Cerita Perjalanan Karierku”

Peneliti telah melakukan wawancara secara mendalam (*In Dept Interview*) kepada sembilan (9) informan yang telah terpilih berdasarkan kriteria yang telah peneliti tentukan. Materi pertanyaan yang akan ditanyakan oleh peneliti kepada informan yang berhubungan dengan bagaimana penerimaan *followers* tentang klarifikasi Vina Muliana pada akun Tiktok @Vmuliana dalam Klarifikasi konten Cerita Perjalanan Karierku. Pada penelitian ini peneliti melihat bagaimana pemaknaan dan penerimaan *followers* terhadap Klarifikasi Vina Muliana.

Hasil dari proses wawancara secara mendalam (*In Dept Interview*) dari pertanyaan yang peneliti ajukan kepada informan atau *Followers* yang akhirnya membuat peneliti dapat menyimpulkan dan menggolongkan ke dalam tiga model encoding-decoding terhadap Teori Stuart Hall dalam memaknai pesan yaitu *Dominant Hegemonic Position* (Posisi Hegemonic Dominan), *Negotiated Position* (Posisi Negosiasi), *Opositional Position* (Posisi Oposisi).

Masuk Perusahaan melalui jalur orang dalam lebih cepat mendapatkan informasi dan Solusi yang tepat

Hal ini sesuai yang dikatakan oleh Informan 1, secara keseluruhan konten pada akun Tiktok @vmuliana memberikan informasi perihal karier yang penting untuk dipersiapkan oleh pelamar. Hal tersebut tentunya sejalan dengan penerimaan informan 1 Hana' Nabilah (Naillah757) menurutnya Vina Muliana memberikan klarifikasi “cerita perjalanan karierku” secara detail dan mudah dipahami, dengan adanya orang dalam itu cukup wajar di Negara Indonesia menurut Hana' Nabilah :

“Orang dalam itu, orang yang mengasih informasi lebih cepat dari pada orang pada

umumnya dan peluang masuk di lowongan kerja itu lebih mudah. Menurut saya masih diwajibkan kalau emang dari diri kita mempunyai skill dan kemampuan yang mumpuni. Dan bagaimana caranya kita bisa mempertahankan kepercayaan Perusahaan kepada kita”

Informan 4, yaitu Dewi Fatmawati (budewi_123) memahami bahwa melamar kerja melalui jalur orang dalam dapat mempermudah dan mempercepat mendapatkan pekerjaan yang diinginkan karena dia bisa jalan satu langkah kedepan dari lainnya, menurut informan Dewi Fatmawati:

“Tidak masalah ya kak, karena lowongan pekerjaan sama tenaga pekerja tidak sebanding, banyak tenaga kerja lulusan S1 S2 lowongan pekerjaan terbatas, jadi masuk dengan jalur orang dalam itu solusi yang tepat kak, menurut pengalaman pribadi saya apalagi di negara kita ya, karena lapangan kerja di Indonesia begitu terbatas sedangkan tenaga kerja yang membutuhkan pekerjaan banyak, hal yang menjadi pemicu masuk pakai jalur orang dalam solusi yang tepat.

Tetap mengikuti prosedur walaupun melalui jalur orang dalam

Jalur orang dalam sudah tidak asing lagi ditelinga kita. Sulitnya mendapatkan pekerjaan membuat banyaknya pelamar mengharapkan bantuan orang dalam yang berada di suatu institusi, baik institusi dunia kerja maupun institusi dunia Pendidikan. Namun meskipun kita masuk di suatu Perusahaan tersebut kita juga harus mengikuti SOP yang dibutuhkan. Hal ini juga sesuai dengan pendapat informan 2, menurutnya bahwa klarifikasi Vina Muliana sangat dimaklumi dan cukup dipahami. Beliau menjelaskan bahwa ia diberi informasi terkait lowongan pekerjaan melalui relasi yang sudah bekerja di BUMN dan sesuai ketentuan yang telah diberikan oleh Perusahaan tersebut. Menurut Ruth Theda Rahmadevi menuturkan :

“Kasur jalur orang dalam di Indonesia ini emang masih ada dan sangat transparan sih mbak, serta bukan rahasia lagi. Saya juga pernah dengar sih mbak, orang dalam itu yang memberikan rekomendasi sesuai SOP Rekrutment Perusahaan dan lebih perbanyak relasi yang ada dan kalau menurut saya pribadi sih gak ada masalah juga ya, karena emang jalur orang dalam di Indonesia sangat membantu bagi pelamar.

Menurut Alief Dafaneo Putra (Dafaneo), masuk disuatu instansi pakai jalur orang dalam bukan hal baru bagi pelamar baru, namun hanya saja harus mengikuti alur dan peraturan yang telah ditetapkan oleh suatu instansi tersebut seperti *proses on boarding, probation* dan penilaian berkala. Menurut informan 3, menuturkan :

“saya hanya landau saja sih kak menanggapi, karena didalam video klarifikasi tersebut sudah dijelaskan secara detail bahwa Vina Muliana telah mengikuti semua proses rekrutmen sesuai dengan prosedur dan peraturan yang telah ditetapkan oleh Perusahaan. Setelah dinyatakan lolos rekrutmen, masih harus mengikuti beberapa tahapan lagi seperti proses on boarding, probation dan penilaian berkala”.

Menjaga nama baik orang dalam

Hal ini sesuai dengan pendapat informan 6, masuk Perusahaan dengan jalur orang dalam adalah keuntungan kita sebagai pelamar kerja yang kesusahan mendapatkan pekerjaan yang diinginkan. Untuk menjaga kualitas karyawan dan sesuai kebutuhan Perusahaan, biasanya Perusahaan lebih mementingkan sistem *referall*. Oleh sebab itu informan Bella menuturkan masuk dengan jalur orang dalam tidak ada masalah, asal bisa menempatkan diri dan posisi serta menjaga nama baik Perusahaan maupun nama baik seseorang yang membawanya masuk kedalam Perusahaan tersebut. Namun kita harus juga mempunyai skill mumpuni yang dibutuhkan Perusahaan, menurut informan Bella :

“Tidak apa-apa juga sih kak, karena pelamar juga harus tau diri dan tau menempatkan posisi, kalau sudah masuk ke suatu Perusahaan tersebut, pelamar juga harus bisa menjaga nama baik yang membawanya serta jalur orang dalam itu sangat mempermudah buat fresh graduate yang mempunyai skill tapi tidak dilirik sama seklai sama Perusahaan”

Menurut Viranty Vina Anggraeni (pecintabakso230), memasuki dunia kerja yang sangat ketat, kita perlu mempunyai orang dalam disuatu Perusahaan karena itu yang sangat membantu kita diterima kerja melalui jalur orang dalam asal dengan ketentuan dan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh perusahaan, menurut informan 8 menuturkan :

“Masuk disuatu Perusahaan pakai jalur orang dalam tidak masalah juga sih dan itu juga uda bukan rahasia umum lagi, karena kita juga memenuhi kriteria yang Perusahaan butuhkan juga sih. Tetapi juga menjaga nama baik Perusahaan dan nama baik orang yang membawa kita juga penting, anggap saja itu tanda terima kasih kita kak sudah diterima baik”.

Namun menurut Ananta Primatia Hiska (Ananta Prima), mempunyai relasi dalam lingkungan kita juga sangat penting, tentunya akan mempermudah kita juga ketika dalam dunia kerja. Kita ini makhluk sosial yang sangat butuh sekali relasi mulai dari kerabat, teman dan lingkungan pekerjaan. Informan 10 mengatakan :

“Itu sah-sah saja karena Vina Muliana mempunyai relasi yang sangat luas dan beliau juga bisa memposisikan diri serta Vina Muliaan juga masuk di BUMN dengan mempunyai kemampuan yang dibutuhkan oleh perusahaan tersebut. Meskipun kita sendiri dibantu pakai jalur orang dalam, kita juga harus bisa menjaga nama baik teman kita yang sudah dengan baik membawa kita”.

Timbulnya persaingan tidak sehat

Kompetensi di dunia kerja tidak asing lagi di telinga kita, mulai dari proses diterima bekerja hingga menjalani kehidupan profesional, kompetensi menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagi pelamar pekerjaan terutama setiap individunya. Namun, dengan adanya jalur

orang dalam ini membuat persaingan itu sendiri dilakukan secara tidak adil dan tidak kooperatif. Hal ini dibenarkan oleh informan 5 Shavira Ayuni bahwa :

“ Menurut saya pribadi kurang setuju dengan adanya jalur orang dalam, karena bagi kita yang mempunyai skill dan kemampuan yang mumpuni kalah dengan jalur orang dalam. Masih banyak diluar sana yang mumpuni kemampuannya untuk bersaing secara sehat”.

Menurunkan kredibilitas dan kecemburuan sosial

Dengan adanya jalur orang dalam membuat penurunan kredibilitas perusahaan yang sangat perlu diragukan, karena kredibilitas di Perusahaan sangat diperlukan meningkatkan citra Perusahaan itu sendiri dan menimbulkan kecemburuan sosial antar karyawan, sehingga tidak adanya profesional kerja. Hal tersebut dinyatakan oleh informan 7 Maman, bahwa :

”kurang setuju dengan jalur orang dalam, karena sekelas pemerintahan amsih menerapkan jalur orang dalam, sehingga bisa menurunkan kredibilitas dan menimbulkan kecemburuan sosial antar karyawan itu sendiri kak”.

Berdasarkan hasil analisis data diatas, peneliti akan melanjutkan dalam pembahasan. Di dalam pembahasan penelitian ini, teori yang digunakan peneliti ialah teori Encoding-Decoding. Dengan teori yang peneliti teliti, dapat mempermudah peneliti agar dapat mengetahui bagaimana penerimaan followers terhadap klarifikasi Vina Muliana pada Klarifikasi konten Cerita Perjalanan Karierku yang diunggah pada akun @Vmuliana. Hasil penelitian dengan kesepuluh informan diatas berhasil menganalisis berdasarkan jawaban dari masing-masing informan tersebut dengan sudut pandang yang berbeda dengan menggunakan analisis resepsi Stuart Hall yang memaknai pesan berdasarkan pengalamannya dibagi menjadi tiga, yaitu :

- a. Pemaknaan Dominan (*Dominant Hegemonic Position*), posisi dimana kode yang disampaikan diterima secara umum dan dimaknai secara umum dan tidak terjadi perbedaan penafsiran antara produsen (penulis) dan konsumen (pembaca) pesan. Menerima ideologi secara penuh dari teks media tanpa ada penolakan atau ketidaksetujuan.
- b. Pemaknaan yang dinegosiasikan (*Negotiated Code* atau *Position*), kode yang disampaikan produsen pesan ditafsirkan secara terus menerus diantara kedua belah pihak.
- c. Pemaknaan oposisi (*Oppositional Code* atau *Position*), pemaknaan ini terjadi ketika konsumen teks memahami dan menandakan secara berbeda pesan, teks atau kode yang disampaikan oleh produsen dengan kerangka konsep dan ideologinya.

Ketiga pemaknaan yang di ungkapkan oleh Stuart Hall terjadi pada khalayak aktif. Dalam penelitian ini lebih menekankan tentang interpretasi followers terhadap penerimaan pekerja terhadap jalur orang dalam.

1. Masuk Perusahaan melalui jalur orang dalam lebih cepat mendapatkan informasi dan Solusi yang tepat

Pendapat Vina Muliana dalam video klarifikasinya secara detail menjelaskan orang dalam yang dimaksud, Vina menekankan bahwa istilah "*dibantu orang dalam*" seharusnya diganti dengan "*memberikan referensi.*" Informasi terkait loker itu didapat dari beberapa rekan dan relasi yang sudah kerja di BUMN sebelumnya. Dan *professional hire* ini memang jalur resmi. Jadi kalau di sini dibilang dibantu, menurut Vina maksud yang tepat adalah memberi referensi dan informasi terkait lowongan kerja yang ada. Tanggapan followers Vina mayoritas setuju bahwa adanya orang dalam sangat membantu baik itu memberi informasi atau bahkan memberikan kemudahan dalam melamar pekerjaan, Hal ini sesuai dengan teori pengambilan keputusan, followers memiliki kemandirian serta keyakinan untuk berhasil membuat pilihan pekerjaan yang sesuai dengan minat dan kemampuan, apabila followers memiliki pengambilan keputusan yang tinggi akan ditunjukkan dengan kesiapan individu dalam mengambil keputusan dengan informasi yang diperolehnya. Individu memiliki kemandirian serta keyakinan untuk berhasil membuat pilihan pekerjaan yang sesuai dengan minat dan kemampuan.

2. Tetap mengikuti prosedur walaupun melalui jalur orang dalam

Salah satu *Followers* Vina Muliana menyampaikan bahwa masuk kerja disuatu instansi pakai jalur orang dalam bukan hal baru bagi pelamar baru, namun hanya saja harus mengikuti alur dan peraturan yang telah ditetapkan oleh suatu instansi tersebut seperti proses on boarding, probation dan penilaian berkala. Vina Muliana memberikan klarifikasi bahwa Vina juga ngikutin semua proses rekrutmen sesuai dengan prosedur dan peraturan perusahaan yang ada. Setelah dinyatakan lolos rekrutmen tidak berhenti sampai situ saja, Vina ikut proses on boarding, probation dan penilaian berkala, sampai satu satu setelahnya dinyatakan lulus dan jadi pegawai sampai sekarang.

3. Menjaga nama baik orang dalam

Perusahaan, biasanya Perusahaan lebih mementingkan sistem *referall*. Oleh sebab itu informan Bella menuturkan masuk dengan jalur orang dalam tidak ada masalah, asal bisa menempatkan diri dan posisi serta menjaga nama baik Perusahaan

maupun nama baik seseorang yang membawanya masuk kedalam Perusahaan tersebut. Namun kita harus juga mempunyai skill mumpuni yang dibutuhkan Perusahaan. Relasi dalam lingkungan kita juga sangat penting, tentunya akan mempermudah kita juga ketika dalam dunia kerja. Kita ini makhluk sosial yang sangat butuh sekali relasi mulai dari kerabat, teman dan lingkungan pekerjaan

4. Timbulnya persaingan tidak sehat

Persaingan untuk mendapatkan pekerjaan membuat siapa pun melakukan berbagai cara untuk bisa menempati posisi tertentu. Termasuk salah satunya adalah menggunakan koneksi “orang dalam”. Hal ini sudah menjadi rahasia umum akan ketidakadilan yang dinormalisasi.. Untuk mencegah ini, setelah mendapat “titipan” dari orang dalam, recruiter harus dapat menginformasikan konsekuensi apabila menerima kandidat di bawah standar, baik dampak pada perusahaan maupun kandidat itu sendiri. Hal yang menjadi permasalahan adalah ketika pekerjaan tersebut didapatkan dengan cuma-cuma melalui cara nepotisme (berkaitan dengan hubungan kerabat atau pertemanan), hingga penyogokan terhadap rekruter. Jika bekerja dengan cara tersebut, cepat atau lambat akan ada permasalahan yang rumit. Contohnya seperti lingkungan kerja yang tidak sehat untuk diri sendiri karena kecemburuan sosial, masalah personal dengan rekan kerja, menurunnya produktivitas, hingga meningkatnya angka keluar masuk karyawan.

5. Menurunkan kredibilitas dan kecemburuan sosial

Menggunakan jalur orang dalam, tentu juga memiliki beberapa kelemahan, salah satu yang menjadi sorotan, jika keahlian atau kemampuan yang dimiliki calon karyawan tidak sesuai dengan yang diharapkan dan tidak memperdulikan kualitas, maka perusahaan akan dihadapkan kepada kinerja yang pasti tidak sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu proses perekrutan karyawan tidak bisa asal menempatkan orang saja, melainkan harus melewati beberapa seleksi tertentu dalam upaya untuk memilah pelamar terbaik. Penempatan sendiri juga haruslah dilaksanakan sesuai dengan kinerja, performa dan talenta masing-masing karyawan, karena jika asal menempatkan (tidak sesuai dengan kemampuan dirinya) seorang karyawan maka akan menurunkan kredibilitas perusahaan.

Analisis Penerimaan *Followers* tentang klarifikasi Vina Muliana pada akun Tiktok @VMuliana dalam konten “Cerita Perjalanan Karierku”

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerimaan *followers* tentang klarifikasi Vina Muliana pada akun Tiktok @VMuliana dalam konten “Cerita Perjalanan Karierku”. Melalui analisis yang telah peneliti lakukan, peneliti memberikan kesimpulan bahwa penerimaan dan pemaknaan yang dilakukan oleh *followers* tentang klarifikasi Vina Muliana tersebut dapat dianalisis melalui teori *encoding-decoding* Stuart Hall Dimana *followers* merupakan *followers* aktif dimedia sosial Tiktok dalam memberikan komentar di akun Tiktok Vina Muliana. Stuart Hall juga menggolongkan *Followers* pada tiga kategori yaitu *dominani hegemonic position, negotiated code, and oppositional code*. Stuart Hall dalam pandangan Teori *encoding-decoding*, setiap pesan atau makna yang disampaikan merupakan semua rangkaian peristiwa yang sudah terjadi.

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan hasil dari wawancara secara mendalam kepada *followers* Vina Muliana yang sudah berkomentar di video “Cerita Perjalanan Karierku”, yang mempunyai resepsi yang berbeda-beda atas informasi yang diterimanya. Penerimaan yang berbeda-beda tersebut antara satu informan dengan informan yang lainnya disebabkan oleh berbagai macam faktor seperti perbedaan pengetahuan, latar belakang, kehidupan sosial dan status pekerjaan yang dimiliki oleh masing-masing informan.

Berikut tiga kategori yang peneliti simpulkan atas resepsi yang diberikan oleh 9 informan, yaitu :

1. Dominant-hegemonic Code

Posisi Hegemoni Dominan merupakan posisi khalayak yang memahami dan menyetujui secara penuh makna yang sama dengan yang disampaikan oleh produsen pesan di media. Dalam hal ini, penerimaan yang sama dengan produsen pesan yang disampaikan oleh para informan tersebut didukung oleh adanya latar belakang dan pandangan mereka masing-masing terkait informasi yang disajikan. Berdasarkan kriteria tersebut, pada kategori ini khalayak dapat menerima dan menyetujui makna yang disampaikan oleh produsen pesan secara penuh sekaligus dapat memenuhi kebutuhan informasi informan akan *Cerita Perjalanan Karierku* . Pada model *encoding-decoding* Stuart Hall dalam penelitian ini terdapat unsur yang memengaruhi perbedaan pemaknaan khalayak yaitu *frame of knowledge, field of education, and field of experience*.

Berdasarkan kategori tersebut, informan satu, dua, tiga, enam, sembilan,

dan sepuluh memenuhi persyaratan karena setuju dengan klarifikasi Vina Muliana di konten akun tiktok @Vmuliana. Ke enam informan tersebut memberikan pemaknaan mereka sendiri dari konten klarifikasi Vina Muliana sesuai pemahaman mereka masing-masing. Dalam konten “Contekan *Interview*”, Vina pernah membahas terkait bagaimana jika ada pertanyaan dari HR ketika kandidat melamar pekerjaan yang tidak sesuai dengan jurusan kuliah, di mana Informan satu, dua, tiga, enam, sembilan, dan sepuluh, menyetujui tips Vina bahwa kandidat perlu mempersiapkan diri mengikuti organisasi atau pelatihan di bidang yang dituju agar pelamar memiliki *skill* yang dibutuhkan perusahaan. Hal tersebut yang membuat Informan satu, dua, tiga, enam, sembilan, dan sepuluh, memaknai bahwa informasi *Cerita Perjalanan Karierku* yang diberikan Vina dapat menambah *insight* dan membantunya mendapatkan kesempatan kerja sesuai *passion* yang ingin ia capai. Sehingga menurut informan Informan satu, dua, tiga, enam, sembilan, dan sepuluh, tayangan tersebut dan Klarifikasi konten *Cerita Perjalanan Karierku* pada akun @vmuliana lainnya cukup *relate* dan *detail* sehingga sangat membantu dirinya sebagai mahasiswa ketika ingin mendaftar magang. Apabila seorang individu merasa terpanggil dan seutuhnya menyetujui pandangan yang serupa dengan produsen pesan makafungsi persuasif dari pesan yang disampaikan dianggap telah berhasil tersampaikan kepada khalayak. Adanya beberapa faktor tersebut membuat Informan satu, dua, tiga, enam, sembilan, dan sepuluh, menjadikan konten pada akun *TikTok* @vmuliana sebagai sumber informasinya terkait *Cerita Perjalanan Karierku* yang ia butuhkan.

Berdasarkan kumpulan hasil wawancara Informan satu, dua, tiga, enam, sembilan, dan sepuluh, berikut terdapat ringkasan pemaknaan lain dari informan yang termasuk ke dalam jenis penonton Dominan dalam memaknai konten *TikTok* @vmuliana dari segi informasi :

- a) Menanggap bahwa Klarifikasi konten *Cerita Perjalanan Karierku* dapat menambah *insight* dan sangat bermanfaat bagi mahasiswa untuk menjadi sumber referensi penulisan CV yang baik dan menarik, dengan adanya tips penulisan deskripsi profesi yang baik, tips menulis pengalaman bagi para undergraduate non-pengalaman, maupun *Cerita Perjalanan Karierku* untuk melamar kampus merdeka yang sangat dibutuhkan oleh para informan sebagai mahasiswa.

- b) Menonton tayangan video di media sosial *TikTok* merupakan suatu upaya yang dapat dilakukan khalayak untuk mencari informasi seputar karier yang menarik dengan durasi singkat yang tidak membuat jenuh saat mengonsumsi tayangan bersifat edukasi.
 - c) Merasa bahwa penulisan informasi seputar diri berupa pengalaman, kompetensi, dan *skill* yang dimiliki harus diseleksi untuk dicantumkan informasi yang relevan saja dengan posisi yang akan dilamar melalui penjelasan yang komprehensif dan terukur agar menambah nilai jual pelamar di mata HR.
 - d) Menanggap bahwa dalam konten “Cerita Perjalanan Karirku”, Vina sebagai HR memberikan masukan kesalahan atau perbaikan yang sangat membantu *jobseeker* yang sedang kesulitan mendapatkan pekerjaan dan memberikan *insight* baru kepada para *freshgraduate* dan *undergraduate* untuk *improve* kualitas diri dalam mencari pekerjaan melalui tips yang menunjang *value* diri pelamar.
 - e) Merasa penting untuk membangun *self branding* karena menganggap *LinkedIn* merupakan CV digital pelamar yang perlu dikembangkan untuk menarik perhatian *recruiter*.
2. Negotiated Code

Informan pada kategori ini merupakan informasi yang menyetujui masuk Perusahaan jalur orang dalam pada konten TikTok Vina Muliana namun juga masih mempertimbangkan dengan pemahamannya sendiri. Sehingga informan berada ditengah-tengah alias netral. Informan yang berada di Negotiated code ialah informan empat dan delapan. Informan empat dan delapan setuju dengan klarifikasi Vina Muliana namun dengan catatan harus memiliki kemampuan dan skill demi mempertahankan kualitas diri. Posisi Negosiasi ditunjukkan ketika khalayak memahami isi pesan yang disampaikan namun tidak sepenuhnya menyetujui pesan tersebut, melainkan ada bentuk pertentangan karena perbedaan sudut pandang yang menghasilkan interpretasi yang berbeda dengan produsen pesan. Dalam artian, para informan merasa adanya ketidaksesuaian pendapat dalam memaknai informasi *Cerita Perjalanan Karierku* yang disampaikan Vina dalam konten tersebut. Informan keempat dan delapan juga berada diposisi setuju dengan berbagai pertimbangan. Namun pertimbangan informan tersebut adalah

memandang skill dan kemampuan para pelamar kerja. Baginya jalur orang dalam tersebut memudahkan para HRD mengetahui kualitas diri kita.

3. Oppositional Code

Posisi oposisional menandakan bahwa informan menolak jalur orang dalam sesuai konten vna pada akun *TikTok* @vmuliana secara penuh karena memiliki penafsiran yang berbeda dan berlawanan dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkannya. Dalam penelitian ini hanya ada 2 ada khalayak yang masuk ke dalam kategori Oposisi ialah informan lima dan tujuh, dengan kata lain artinya Vina Muliana dalam akun *TikTok*-nya berhasil menyampaikan klarifikasi terhadap cuitan komentar negatif tentang jalur orang dalam pada konten *Cerita Perjalanan Karierku*. Hal ini menunjukkan bahwa khalayak yang menolak isi klarifikasi pesan terkait *Cerita Perjalanan Karierku* yang disampaikan oleh Vina Muliana dalam akun *TikTok*-nya sangat sedikit sekali.

Hal ini sesuai dengan Teori Holland, Teori ini mengatakan bahwa pilihan lebih pada kecocokan type kepribadian dengan type pekerjaan, tipe tersebut terdiri dari; realistic, investigative, artistic, social, enterprenership dan konvensional (Azwar, 2010). Dimana perbandingan diri (self) dengan persepsi pada pekerjaan, penerimaan dan penolakan merupakan penentu dalam pilihan karir yang sesuai dengan dirinya diri (self) dalam memilih pekerjaan sesuai kepribadiannya

Teori Holland memberikan penekanan pada ketepatan self-knowledge dan informasi karir yang diperlukan untuk pembuatan keputusan karir. Dampaknya sangat besar pada prosedur asesmen minat dan prosedur konseling karir. Implikasinya untuk konseling adalah bahwa tujuan utama konseling adalah mengembangkan strategi untuk meningkatkan pengetahuan tentang diri, berbagai persyaratan okupasional dan berbagai macam lingkungan kerja

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan diatas, maka tujuan kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian ini penerimaan followers adalah positif yang berarti konten edukasi karier Vina Muliana adalah konten tersebut sangat membantu dalam mengetahui cara alternatif yang sedang tren hanya dengan scroll *TikTok* sehingga mereka tidak ketinggalan zaman dan semakin percaya diri dalam menunjang kariernya, dengan kriteria yang dijelaskan sebagai berikut: Yang pertama, Mereka berpendapat klarifikasi Vina Muliana ini masih menjaga nama baik orang dalam, jalur orang dalam merupakan solusi yang tepat dan cepat, masuk dengan

jalur orang dalam tetap harus mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut seperti *proses on boarding*, *probation* dan penilaian berkala. Hal ini dapat disimpulkan bahwa informan tersebut mendukung pernyataan klarifikasi dari Vina Muliana yang terdapat pada akun Tiktok @VMuliana bertema “Cerita Perjalanan Karierku”, hal ini bisa dikategorikan ke dalam kategori *Dominant-Hegemonic Code*. Kedua, Pendapat lain terkait dengan penerimaan klarifikasi Vina Muliana adalah menimbulkan persaingan tidak sehat, menurunkan kredibilitas dan kecemburuan sosial antar pekerja. Namun mereka tidak mendukung konten klarifikasi dari Vina Muliana yang terdapat pada akun Tiktok @VMuliana bertema “Cerita Perjalanan Karierku”, hal ini bisa dikategorikan ke dalam kategori *Opposition Code*. Dan yang terakhir, Tidak ditemukan kategori *Negotiated Code* karena dalam klarifikasi Vina Muliana ini para informan hanya menerima dan menolak Klarifikasi tersebut atas dasar sudut pandang mereka masing-masing.

Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Media Sosial Global Paling Sering Habiskan Waktu di TikTok Ketimbang Facebook*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/13/pengguna-media-sosial-global-paling-sering-habiskan-waktu-di-tiktok-ketimbang-facebook>
- Antony, M. (2008). *What is Social Media?* iCrossing.
- Ayu, M. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Azwar, B. (2010). *Konseling Karir*. LP2 STAIN Curup.
- Burhan, F. A. (2020). *Survei KIC: Masyarakat Lebih Percaya Medsos Ketimbang Situs Pemerintah*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/digital/teknologi/5fb7b04fa5eb9/survei-kic-masyarakat-lebih-percaya-medsos-ketimbang-situs-pemerintah>
- CBNdata. (2017). *Duanshipin Hangye Dashuju Dongcha*. CBN. <https://cbndata.com/report/397/detail?isReading=report&page=1>
- Daon001. (2018, April 4). *Kominfo: Blokir Tik Tok Hanya Sementara*. *Kominfo*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan_media
- Hall, A., Towers, N., & Shaw, D. R. (2017). Understanding how Millennial shoppers decide what to buy : Digitally connected unseen journeys. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(5), 498-517(20). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJRDM-11-2016-0206>
- Hall, S. (1980). *Encoding/Decoding* (S. Hall, A. Lowe, & P. Willis (eds.); Culture, M). Hutchinson.
- Ilahin, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah. *Ibtida': Media Komunikasi Hasil Penelitian Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 3(1), 112–119. <https://doi.org/10.37850/ibtida.v3i1.300>
- Kerpen, D. (2011). *Likeable Social Media*. The McGraw Hill companies.
- McCarthy, P. (2006). *Metode Kualitatif*. Erlangga.
- Milatihofa, M., Kusrin, K., & Arindawati, W. A. (2021). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap

- Makna Body Positivity Pada Instagram Tara Basro. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 174–185.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). In *PT. Remaja Rosda Karya*.
- Mulyana, D. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi* (2nd ed). Simbiosis Rekatama Media.
- Ott, B.L., & Mack, R. . (2014). *Critical Media Studies: An Introduction* (2nd Editio). Wiley Blackwell.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280–288.
- Sukmadinata, N. S. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Wu, L. (2024). *Penemu TikTok: Fenomena dan Bagaimana Sejarahnya?* Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/best-seller/penemu-tiktok/>