

**ANALISIS NETNOGRAFI PERSEPSI WARGANET
TERHADAP PERSONAL BRANDING VINA MULIANA DI
AKUN MEDIA SOSIAL TIK TOK @VMULIANA SEBAGAI
MEDIA PEMBELAJARAN DUNIA KERJA**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

GHINA NOPRELIA SARI
NIM. 12040322950

UIN SUSKA RIAU
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS NETNOGRAFI PERSEPSI WARGANET TERHADAP
PERSONAL BRANDING VINA MULIANA DI AKUNMEDIA
SOSIAL TIK TOK @VMULIANA SEBAGAI MEDIA
PEMBELAJARAN DUNIA KERJA**

Disusun oleh:

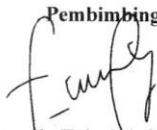
GHINA NOPRELIA SARI

NIM. 12040322950

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal :

24 Juni 2024

Pembimbing,



Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 19940213 201903 2 015

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ghina Noprelia Sari
 NIM : 12040322950
 Judul : Analisis Netnografi Persepsi Warganet Terhadap Personal Branding Vina Muliana Di Akun Media Sosial Tik Tok @Vmuliana Sebagai Media Pembelajaran Dunia Kerja

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
 Tanggal : 03 Juli 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Pekanbaru, 03 Juli 2024
 Dekan,

Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
 NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Rafdeadi, MA
 NIP. 19821225 201101 1 011

Azwar, S.E., M.M
 NIP. 19850601 202012 1 004

Penguji III,

 Julis Suriani, S.I.Kom., M.I.Kom
 NIK. 130 417 019

Penguji IV,

 Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
 NIP. 19920512 202321 2 048

- a. Pengutuban hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutuban tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ghina Noprelia Sari
NIM : 12040322950
Judul : PERSONAL BRANDING VINA MULIANA PADA AKUN MEDIA SOSIAL TIK TOK @VMULIANA SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DUNIA KARIER

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 06 Maret 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 06 Maret 2021

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,


Mustafa, M. I. Kom
NIP. 19810816 202321 1 012


Darmawati, M. I. Kom
NIP. 19920512 202321 2 048

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ghina Noprelia Sari
 NIM : 12040322950
 Tempat/ Tgl. Lahir : Air Molek, 21 November 2001
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
 Prodi : Ilmu Komunikasi
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :
“Analisis Netnografi Persepsi Warganet Terhadap Personal Branding Vina Muliana Di Akun Media Sosial Tik Tok @Vmuliana Sebagai Media Pembelajaran Dunia Kerja”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 9 Juli 2024
 Yang membuat pernyataan



Ghina Noprelia Sari
 NIM : 12040322950

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 24 Juni 2024

No. : Nota Dinas
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
 Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di-
 Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Ghina Noprelia Sari
 NIM : 12040322950
 Judul Skripsi : Analisis Netnografi Persepsi Warganet Terhadap Personal Branding Vina Muliana Di Akun Media Sosial Tik Tok @Vmulliana Sebagai Media Pembelajaran Dunia Kerja

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si.

NIP. 19940213 201903 2 015

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.

NIP. 19810313 201101 1 004

- Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperjualbelikan atau menyewakan hak cipta ini kepada pihak lain.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

: Ghina Noprelia Sari

: Ilmu Komunikasi

: Analisis Netnografi Persepsi Warganet Terhadap Personal Branding Vina Muliana Di Akun Media Sosial Tik Tok @Vmuliana Sebagai Media Pembelajaran Dunia Kerja

Personal branding merupakan merek pribadi seseorang yang melekat di ingatan semua orang. Orang mungkin akan lupa wajah seseorang. Tetapi, merek pribadi atau *branding* yang dibangun seseorang akan selalu diingat orang lain. Akun @vmuliana sebagai objek pada penelitian ini karena dibandingkan dengan konten kreator lain yang membahas pembelajaran mengenai dunia kerja. Permasalahan pada penelitian ini adalah @vmuliana memiliki jumlah *followers* terbanyak di antara konten kreator lainnya yang membahas konten yang sama, dengan banyaknya pengikut akun Tik Tok Vina Muliana, karakteristik *personal branding* seperti apa yang sedang dibangun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Analisis Netnografi Persepsi Warganet Terhadap Personal Branding Vina Muliana Di Akun Media Sosial Tik Tok @Vmuliana sebagai Media Pembelajaran Dunia Kerja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis metode penelitian studi netnografi. Metode netnografi merupakan metode yang digunakan untuk mempelajari dan memahami budaya pengguna internet, lebih spesifik media sosial. Pengumpulan data pada penelitian ini memusatkan pada *data site* (data percakapan media sosial). Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi warganet terhadap *personal branding* yang dibangun oleh Vina Muliana pada akun Tik Tok @vmuliana sebagai media pembelajaran dunia karier telah tercapai melalui pembentukan konsep dari teori *the eight laws of personal branding* oleh Peter Montoya. Dengan menggunakan harapan metode netnografi dari Kozinets, *personal branding* yang sukses dibangun Vina dimata warganet adalah : *The Law Of Specialization, The Law Of Leadership, The Law Of Personality, The Law Of Distinctiveness, The Law Of Goodwill, The Law Of Unity*

Kata Kunci : Persepsi, Personal Branding, Tik Tok, Vina Muliana, dan Netnografi

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan sebagian atau seluruh isi atau gambar yang terdapat dalam dokumen ini tanpa izin dari UIN Suska Riau.
a. Penggunaan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Ghina Noprelia Sari

Department : Communication Science

Title : *Netnographic Analysis of Netizens' Perceptions of Vina Muliana's Personal Branding on the Tik Tok @Vmuliana Social Media Account as a Learning Media for the World of Work*

Personal branding is a person's personal brand that sticks in everyone's memory. People might forget someone's face. However, the personal brand or branding that someone builds will always be remembered by other people. The @vmuliana account is the object of this research because it is compared with other content creators who discuss learning about the world of work. The problem in this research is that @vmuliana has the largest number of followers among other content creators who discuss the same content, with the large number of followers of Vina Muliana's TikTok account, what kind of personal branding characteristics are being built. The purpose of this research is to find out how Netnographic Analysis of Netizens' Perceptions of Vina Muliana's Personal Branding on the Tik Tok @Vmuliana Social Media Account as a Learning Media for the World of Work. This research uses a qualitative approach and a netnographic type of research method. The netnography method is a method used to study and understand the culture of internet users, more specifically social media. Data collection in this research focuses on site data (social media conversation data). The results of this research show that netizens' perceptions of the personal branding built by Vina Muliana on the TikTok account @vmuliana as a medium for learning about the world of careers have been achieved through the formation of concepts from the theory of the eight laws of personal branding by Peter Montoya. By using the stages of the netnographic method from Kozinets, the personal branding that Vina successfully built in the eyes of netizens is: The Law Of Specialization, The Law Of Leadership, The Law Of Personality, The Law Of Distinctiveness, The Law Of Goodwill, The Law Of Unity.

Keywords : *Perception, Personal Branding, TikTok, Vina Muliana, and Netnography*



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur alhamdulillah peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas hidayah, rahmat dan anugerah kesehatan serta kesempatan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam peneliti sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai suri tauladan umat serta pembawa panji-panji kebenaran dan pembaharuan bagi kehidupan umat manusia. Selesaiannya penulisan skripsi dengan judul **“Analisis Netnografi Persepsi Warganet Terhadap Personal Branding Vina Muliana Di Akun Media Sosial Tik Tok @Vmulliana Sebagai Media Pembelajaran Dunia Kerja”** tidak terlepas dari keterlibatan banyak kalangan yang secara langsung maupun tidak langsung.

Skripsi ini merupakan hasil karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana Strata satu ilmu komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Skripsi ini penulis persembahkan secara khusus untuk kedua orang tua tercinta Papa dan Mama yang selalu mendidik dan memberikan ribuan kasih sayang tiada henti yang diberikan kepada penulis.

Dalam penyelesaian skripsi ini, tentunya penulis mengakui banyak menemukan kesulitan dan hambatan. Namun, berkat bimbingan dari berbagai pihak, dorongan, masukan serta support yang selalu diberikan, alhamdulillah, karya ilmiah ini dapat selesai dengan baik. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan secara khusus ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. H. Mas’ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag, dan Dr. H. Arwan, M.Ag, selaku Wakil Dekan I, PLT Dekan II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Ibu Rusyda Fauzana, S.S., M.A selaku Penasehat Akademik penulis selama proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Ibu Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si selaku pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini, yang telah membimbing dan mengajarkan penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik.
11. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas ilmu yang Bapak dan Ibu berikan, semoga menjadi ladang pahala bagi Bapak dan Ibu sekalian.
12. Kepada Vina Muliana pemilik akun Tik Tok @vmuliana yang sudah menjadi inspirasi dalam penelitian skripsi ini.
13. Teristimewa kedua orang tua tercinta, cinta pertamaku Papa Semaret S.Pd., M.Si dan pintu surgaku Mama Yulia Nurni S.Pd yang merupakan rumah nyaman, sandaran terkuat dari kerasnya dunia, dan penyemangat utama dalam perjalanan hidup yang tidak pernah henti-hentinya memberikan kasih sayang, dan cintanya kepada penulis. Terima kasih atas jasa pengorbanan tanpa kenal lelah dan menyerah untuk memperjuangkan kebahagiaan serta memberikan pendidikan terbaik untuk anak-anaknya. Doa dan dukungan baik secara moral maupun material yang senantiasa Papa dan Mama berikan selalu mengiringi setiap langkah dan keyakinan sehingga dimudahkan segala urusan, dan selalu memberi semangat serta motivasi terbaik untuk anak-anaknya.
14. Kepada Kakak dan Abang tersayang yang tak kalah pentingnya, Winda Ellya Putri S.I.Kom dan M. Setriya Ramadhan S.T yang selalu menjadi *support system* terbaik kepada penulis selama ini. Terima kasih telah senantiasa menjaga, melindungi, menyayangi dan sabar menghadapi adik bungsu ini.
15. Teruntuk Azkya Afifah, Shinta Rizhivia Rani, Fajar Maulana, dan Hilman Fadil, sahabat terbaik penulis sejak di bangku SMP. Terima kasih telah memberikan banyak dukungan dan nasehat selama ini kepada penulis saat berada difase sangat sulit untuk bangkit. Terima kasih selalu menjadi pendengar terbaik yang membantu dan selalu ada untuk penulis disaat suka maupun duka.

16. Teruntuk Maulina Amizha Yunita, Sukma Melati Putri, dan Risti Amanda Putri, sahabat tersayang sejak di bangku SMA. Terima kasih untuk selalu mendo'akan, meluangkan waktu, mendengarkan keluh kesah, berbagi cerita, dan memberikan semangat serta motivasi kepada penulis untuk terus maju tanpa mengenal lelah, pantang menyerah dalam segala hal.
17. Teruntuk Mega Sahara dan Mira Wahyuningsih, serta juga kepada Syahrendi, Taruna, Fikri, Oktabi, Igo, sahabat seperjuangan diperkuliahan. Terima kasih telah memberi *support* kepada penulis baik tenaga, waktu, pikiran, dan doa. Terima kasih telah menjadi teman yang menemani ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat, dukungan, serta kerjasamanya selama menempuh pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.
18. Teman-teman Public Relations E angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah, *see you on top guys*.
19. Teruntuk Ghina, apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan studi pendidikan sarjana ini. Terima kasih telah mampu berusaha keras dan berjuang dalam keadaan apapun sejauh ini, tetaplah menjadi perempuan kuat yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba untuk kebahagiaanmu dan orang disekitarmu. *It was not a easy journey but worth taking the risk. She gave her blood, sweat, and tears for this, she did it. Proudly say she is Me.*

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan di masa yang akan datang. Aamiin Allahumma Aamiin. Penulis juga memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat selama masa perkuliahan berlangsung baik disengaja maupun tidak disengaja. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

DAFTAR ISI

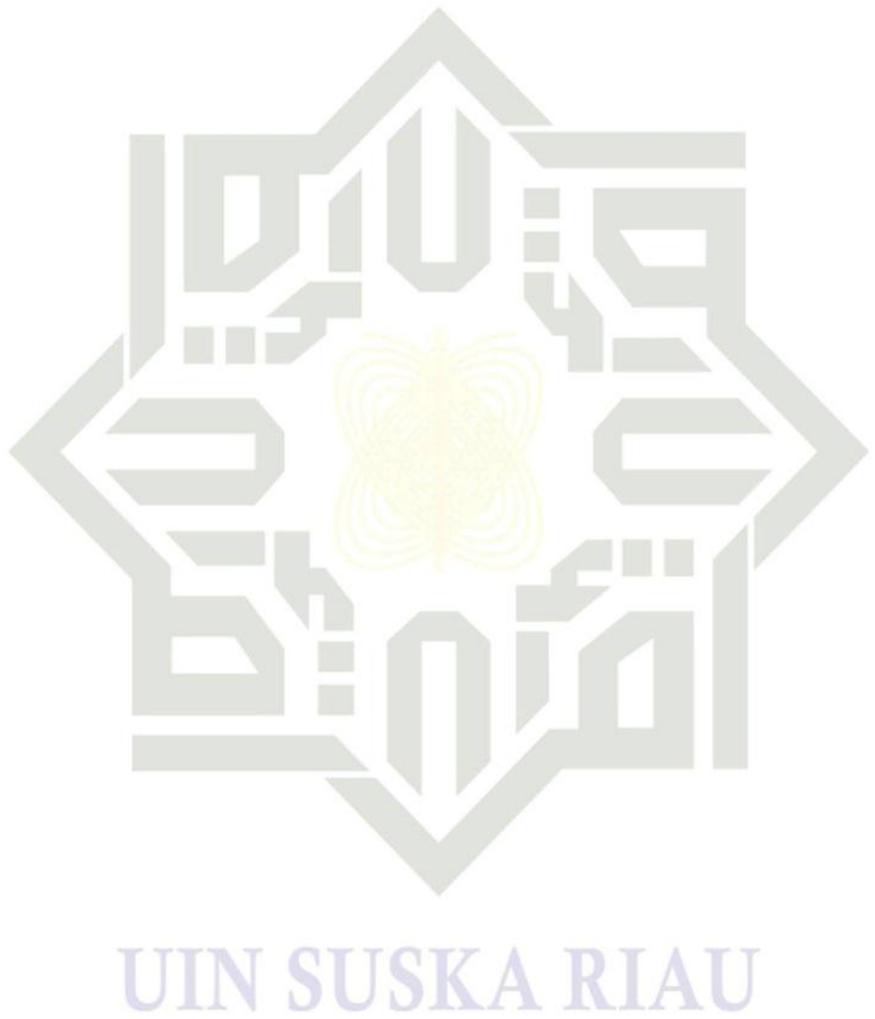
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
2.1 Kajian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.3 Kerangka Berpikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.3 Sumber Data Penelitian.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5 Validasi Data.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV GAMBARAN UMUM	34
4.1 Akun Tik Tok @vmuliana	34
4.2 Konten Vina Muliana melalui media sosial TikTok sebagai media pembelajaran dunia kerja	37
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
5.1 Hasil Penelitian	38
5.2 Pembahasan.....	47
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	58
6.1 Kesimpulan	58
6.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

Hak cipta dan penulisan ini dilindungi undang-undang. Untuk penyalinan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

gambar 5. 1. Subtema.....	38
gambar 5. 2. Defenisi Tema final.....	40



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tampilan Akun Tik Tok @vmuliana	4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Peneltian	26
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian Netnografi.....	28
Gambar 3.2	Konten di akun @vmuliana.....	29
Gambar 4.1	Media Sosial Tik Tok @vmuliana	34
Gambar 4.2	Konten TikTok @vmuliana.....	37
Gambar 5.1	Teoretisasi	57



UIN SUSKA RIAU

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ada banyak hal yang melatarbelakangi mengapa angka pengangguran di Indonesia cukup tinggi. Secara garis besar pengangguran dapat disebabkan oleh sedikitnya ketersediaan informasi mengenai lowongan pekerjaan serta kurangnya akses yang menampilkan informasi tentang perusahaan atau instansi yang sedang kekurangan tenaga kerja. Hal ini dapat diatasi dengan meningkatkan penyebaran informasi pencarian kerja secara menyeluruh dan cepat agar pengangguran di Indonesia dapat menerima informasi kerja secara menyeluruh dan cepat agar pengangguran di Indonesia dapat menerima informasi tersebut.

Pada era konvergensi yang diiringi dengan perkembangan zaman serta pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi yang kian maju ini memicu kehadiran berbagai teknologi informasi yang unik. Media sosial merupakan satu dari sekian banyak teknologi informasi dan komunikasi yang perkembangannya sangat pesat. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mengemukakan bahwa media sosial dibangun berlandaskan ideologi dan teknologi Web 2.0 dalam bentuk kelompok aplikasi dengan basis jaringan internet yang memunculkan kemungkinan membuat dan membagikan konten oleh pengguna atau *user-generated content*. Terdapat berbagai jenis media sosial yang masyarakat ketahui (Rahmana dkk., 2022).

Tik Tok merupakan aplikasi yang menghadirkan suasana baru bagi para penggunanya karena dengan konten video berdurasi pendek para pengguna dapat mengekspresikan dirinya, seperti dengan membuat konten menari dengan koreografi yang modern (*dance*), bermain *game*, bernyanyi, membuat *mini vlog* atau video pendek yang menampilkan kegiatan pengguna, hingga berbagai tutorial. Adapun video tutorial yang berada di Tik Tok seperti tutorial *make up*, tips seputar pakaian, memasak, mempelajari bahasa Inggris, dan yang lainnya, sehingga konten-konten tersebut kian menunjukkan peningkatan kualitas konten dalam aplikasi Tik-Tok. Oleh karena itu, secara tidak langsung para pengguna menjadi saling berlomba untuk menampilkan kreativitas dan karyanya melalui video dengan durasi 15 detik – 10 menit tersebut karena mereka berharap video yang mereka buat dapat masuk ke laman *For You Page*. Adapun *For You Page* merupakan halaman awal yang terlihat ketika pengguna membuka aplikasi Tik Tok dan pada laman ini pun muncul rekomendasi ketertarikan antar pengguna (Sorrels, 2015).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Hak Kekayaan Intelektual Universitas Sultan Syarif Kasim Riau
- Gate Iklan & Universitas Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tik Tok merupakan aplikasi yang menghadirkan suasana baru bagi para penggunanya karena dengan konten video berdurasi pendek para pengguna dapat mengekspresikan dirinya, seperti dengan membuat konten menari dengan koreografi yang modern (*dance*), bermain *game*, bernyanyi, membuat *mini vlog* atau video pendek yang menampilkan kegiatan pengguna, hingga berbagai tutorial. Adapun video tutorial yang berada di Tik Tok seperti tutorial *make up*, tips seputar pakaian, memasak, mempelajari bahasa Inggris, dan yang lainnya, sehingga konten-konten tersebut kian menunjukkan peningkatan kualitas konten dalam aplikasi Tik-Tok. Oleh karena itu, secara tidak langsung para pengguna menjadi saling berlomba untuk menampilkan kreativitas dan karyanya melalui video dengan durasi 15 detik – 10 menit tersebut karena mereka berharap video yang mereka buat dapat masuk ke laman *For You Page*. Adapun *For You Page* merupakan halaman awal yang terlihat ketika pengguna membuka aplikasi Tik Tok dan pada laman ini pun muncul rekomendasi ketertarikan antar pengguna (Utami, 2022).

Tidak sedikit generasi milenial yang membuat video atau konten sebagai suatu pekerjaan baru bagi mereka untuk mendapatkan keuntungan dari penayangan iklan pada akun mereka. Hal ini karena video merupakan satu dari banyaknya konten yang sangat disukai oleh warganet di dunia termasuk di Indonesia. Selain itu, video pun dijadikan sebagai strategi pemasaran bagi suatu produk atau *brand communication strategy*. Para pengembang pun saling berlomba membuat aplikasi edit video dengan tujuan untuk menghadirkan fasilitas bagi para pembuat video dalam proses pembuatan video agar terlihat menarik (Oktaheriyani dkk., 2020).

Melalui Tik Tok pemikiran kreatif para pengguna diberdayakan untuk terus membuat pembaruan dalam kontennya, sehingga Tik Tok menjadi suatu bentuk standar pengukuran baru dalam kreativitas para *online content creators* di dunia, khususnya Indonesia. Hal ini karena Tik Tok membuat para pengguna sangat mungkin untuk dapat dengan cepat dan mudah membuat video kreatif berdurasi pendek kemudian membagikannya ke dunia maya.

Fitur-fitur dalam Tik Tok tersebut memungkinkan bagi seseorang untuk membangun citra diri atau *personal branding* di sana. Dengan masyarakat yang kian banyak memakai Tik Tok membuat semakin banyak pula para *audience* atau pengguna yang sedang membangun atau mengamati *Personal Branding* yang dilakukan orang lain. Untuk meningkatkan nilai diri, maka seseorang dapat melakukannya dengan membangun *Personal Branding*. *Personal Branding* adalah proses menampilkan citra keahlian, kepribadian, dan karakter seseorang dengan ciri khas tersendiri agar dapat menjadi suatu identitas. Karakter atau kepribadian seseorang dapat tercermin melalui apa yang dia tampilkan di media sosial sehingga media sosial sering digunakan



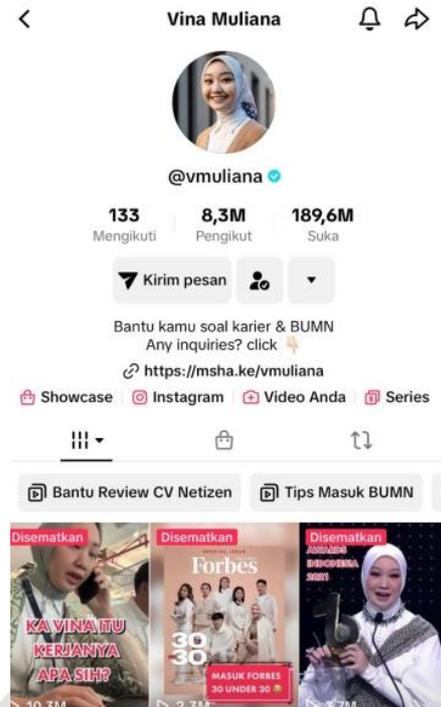
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai media untuk eksis atau mem-*branding* diri. Hal ini membuat seseorang memperlihatkan citra diri yang baik demi membangun *branding* yang positif.

Perilaku berkomunikasi seseorang dapat dipengaruhi oleh penggunaan media sosial sebagai salah satu dampak dari penggunaannya, salah satunya ialah media sosial Tik Tok yang sebagai media berkomunikasi memiliki keunikan tersendiri serta Tik Tok dapat menyanggupi keinginan para penggunanya. Saat ini Tik Tok menjadi media sosial yang trend dibandingkan dengan media sosial lainnya yang telah lebih dulu masyarakat gunakan. Hal ini yang membuat para mahasiswa dengan motifnya masing-masing terdorong untuk menggunakan Tik Tok. Selain itu, hal ini pun akan memunculkan perilaku pengguna media sosial dengan pola tertentu sebagai bentuk dari motif atau maksud dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Bagi masyarakat terutama generasi Z, menggunakan media sosial Tik Tok merupakan suatu kegiatan yang rutin dilakukan pada saat ini. Tik Tok dapat memfasilitasi para pengguna untuk membagikan berbagai kegiatan, kreativitas, serta hal membahagiakan bagi mereka untuk kemudian dipublikasikan. Melalui media sosial Tik Tok pun para penggunanya dapat membagikan foto, video, dan yang lainnya. Selain itu, muncul inovasi maju dalam cakupan bidang lain misalnya bidang pendidikan. Adapun berbicara mengenai pendidikan, seseorang harus belajar membaca cermat, mengetik, angka, dan yang lainnya (Rahmana dkk., 2022).

Dengan belajar, seseorang akan dapat melihat setiap sisi dari objek yang sedang diamatinya, misalnya dengan menganalisis, mengidentifikasi, dan mencari solusi terbaik dari suatu permasalahan. Adapun pendidikan memiliki arti dalam cakupan yang luas. Media sosial Tik Tok yang menjadi trend di masyarakat Indonesia ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk belajar. Fitur menarik yang disediakan Tik Tok membuat *content creator* dapat dengan mudah menyajikan konten edukasi atau pembelajaran agar terlihat lebih menarik dan tidak membuat bosan sehingga *audience* dapat menikmati dan mendapatkan edukasi dari konten tersebut (Utami, 2022).



Gambar 1.1 Tampilan Akun Tik Tok @vmuliana
(Sumber : Akun TikTok @vmuliana)

Setelah melakukan pengamatan terhadap konten kreator yang ada di Tik Tok peneliti memilih konten kreator @vmuliana sebagai objek penelitian, dimana @vmuliana berfokus pada konten mengenai dunia kerja terkhusus mengenai tips-tips untuk masuk ke dunia kerja. Alasan peneliti memilih akun @vmuliana sebagai objek penelitian adalah karena dibandingkan dengan konten kreator lain yang membahas hal yang sama, @vmuliana memiliki jumlah *followers* terbanyak di antara konten kreator lainnya yang membahas konten yang sama yaitu pembelajaran mengenai dunia pekerjaan.

Selain itu pada kreator @vmuliana ini konten yang disajikannya berupa pembelajaran mengenai dunia pekerjaan seperti tips cara melamar pekerjaan, membuat CV, hingga interview kerja yang sering menjadi masalah bagi masyarakat yang ingin melamar pekerjaan. Dengan membuat konten mengenai pembelajaran di dunia karier ini kreator @vmuliana berharap dapat membantu masyarakat yang kesulitan dalam melamar pekerjaan. Konten-konten yang disajikan juga dikemas dengan semenarik mungkin sehingga yang menonton tidak cepat bosan.

Akun @vmuliana merupakan akun dari seorang pegawai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di MIND ID, di mana dia menjabat sebagai *Senior Associate, Culture Strategy*. Pada penelitian ini, peneliti mengambil video yang akan diteliti adalah salah satu video unggahan Vina Muliana yang memiliki *viewers* terbanyak pada bulan Januari 2024 yang membahas mengenai jawaban contekan interview pekerjaan di akun Tik Tok @vmuliana.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana persepsi warganet terhadap *personal branding* Vina Muliana di akun media sosial Tik Tok @vmuliana sebagai media pembelajaran dunia kerja. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk menggali bagaimana persepsi warganet terhadap *personal branding* Vina Muliana di akun media sosial Tik Tok miliknya sebagai media pembelajaran dunia kerja agar mendapatkan pemahaman secara menyeluruh. Penelitian ini berfokus pada kajian *personal branding* Vina Muliana di media sosial Tik Tok.

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan metode netnografi. Alasan peneliti menggunakan netnografi karena peneliti ingin meneliti bagaimana bentuk komunitas virtual yang ada pada akun @vmuliana seperti yang diungkapkan oleh Kozinets, Netnografi merupakan aplikasi atau penerapan metode etnografi untuk mengkaji kehidupan dunia virtual (online). Dan ada sebuah akun Tik Tok yang aktif memberikan pembelajaran terkait masuk dunia kerja.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana Tik Tok sebagai media pembelajaran dalam oleh akun @vmuliana. Dalam penelitian yang berjudul “**Analisis Netnografi Persepsi Warganet Terhadap Personal Branding Vina Muliana Di Akun Media Sosial Tik Tok @Vmuliana Sebagai Media Pembelajaran Dunia Kerja**”

2. Penegasan Istilah

Untuk menghindari keliru penafsiran pada istilah-istilah judul penelitian ini, maka penulis memberikan penegasan istilah menjadi berikut :

1.2.1 Persepsi

Persepsi adalah sebuah proses di mana seseorang dapat memilih, mengelola, menyimpan, serta menginterpretasikan informasi-informasi yang telah dikumpulkan melalui pengalaman dan kelima indera yang dimiliki oleh manusia, yaitu penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan indera perasa. Dengan kata lain, persepsi adalah cara individu memahami dan menafsirkan dunia melalui pengalaman dan indera mereka. (Wafa, 2023)

1.2.2 Personal Branding

Personal branding ialah proses manusia dilihat serta dinilai menjadi sebuah merk oleh sasaran market-nya. Hal tersebut adalah proses untuk mengendalikan serta mengatur persepsi orang lain terhadap suatu personal brand serta itulah yang diklaim menjadi personal branding (Parameswari dkk., 2023).

1.2.3 Studi Netnografi

Netnografi artinya pendekatan baru untuk menyelidiki dunia digital. Netnografi artinya studi tentang budaya, sikap, dan norma pada



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sarif Kasim Riau

masyarakat pada era digital. Netnografi artinya pendekatan penelitian yang digunakan untuk menelaah perilaku, pandangan, dan hubungan sosial pada lingkungan online. pada netnografi, pengumpulan dan analisis data dilakukan menggunakan cara yang khusus untuk memahami komentar-komentar online yang diberikan sang netizen pada berbagai platform sosial media, forum diskusi, atau situs web terkait. (Sabrina & Vera, 2023)

Dalam jaringan netnografi, yang terpenting adalah mengkaji, menyampaikan dan juga memahami fenomena dunia sosial serta kemampuan untuk membarui empiris pada bawah efek teknokultur (Putri dkk., 2023).

1.2.4 Media Sosial

Menurut Widada (2018) media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Konsep lain mengatakan bahwa media sosial artinya media online yang mendukung interaksi sosial. Implementasinya, media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang membarui komunikasi sebagai obrolan interaktif (Yusuf dkk., 2023)

1.2.5 Tik Tok

Tik Tok merupakan sebuah aplikasi jaringan sosial dan platform video musik berasal Tiongkok yang diluncurkan pada September tahun 2016. perangkat lunak tersebut dipergunakan para penggunanya untuk menghasilkan video musik berdurasi pendek mereka sendiri. dilihat dari pengguna aktif Tik Tok sampai akhir Januari 2024 sebesar 1,56 miliar membuahkan Tik Tok sebagai sarana pemberian gosip yang cepat serta menarik waktu ini. aplikasi tersebut memberikan akses penggunaanya untuk berpartisipasi, mengembangkan serta membuat konten menarik mereka sendiri (Rahmana dkk., 2022).

1.2.6 Dunia Kerja

Dunia kerja adalah lingkungan yang berhubungan dengan pekerjaan yang sedang manusia geluti. Yang mana terdapat sebuah persaingan, di mana seseorang harus berkembang dari kemampuan yang sudah dimiliki sebelumnya untuk mencapai target atau kesuksesan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah mengkaji bagaimana analisis netnografi persepsi

warganet terhadap *personal branding* Vina Muliana di akun media sosial Tik Tok @vmuliana sebagai media pembelajaran dunia kerja?

4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dan kegunaan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui bagaimana analisis netnografi persepsi warganet terhadap *personal branding* Vina Muliana di akun media sosial Tik Tok @vmuliana sebagai media pembelajaran dunia kerja.

5. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bermanfaat bagi penelitian selanjutnya atau pihak-pihak lain. Dan mampu memperluas ilmu pengetahuan secara universal yaitu tentang studi Netnografi.

Penelitian juga diharapkan sebagai bahan perbandingan antara teori dari mata kuliah yang didapat dibangku perkuliahaan dengan fakta yang didapat dilapangan.

c. Penelitian ini dibuat sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Secara Praktis

a. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi praktisi komunikasi, terutama mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, khususnya jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Public Relations.

Hasil penelitian juga dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan komunikasi khususnya mahasiswa untuk dijadikan rujukan atau referensi dalam penelitian yang serupa serta mengembangkan dan melakukan penelitian lanjutan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis memaparkan latar belakang masalah, penegasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini, penulis menyajikan kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir

Dalam bab ini penulis mengemukakan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum akun media sosial Vina Muliana di akun Tik Tok @vmuliana.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian dan analisis data mengenai “Analisis Netnografi Persepsi Warganet Terhadap *Personal Branding* Vina Muliana Di Akun Media Sosial Tik Tok @Vmuliana Sebagai Media Pembelajaran Dunia Kerja”

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DOKUMENTASI

BAB II KAJIAN TEORI

Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan menjadi acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dalam penelitian ini, maka dalam penelitian ini penulis mencantumkan penelitian yang relevan dengan penelitian penulis :

1. Kajian terdahulu pertama berjudul **Analisis Netnografi Sentimen Pengguna Twitter Terhadap Pembukaan Kembali Pariwisata di Tengah Pandemi Covid-19**. Penelitian yang dilakukan oleh Aditya Rizki Rinaldi, Dyah Mutiarin, Janianton Damanik menjelaskan tentang Fenomena pembukaan kembali pariwisata di tengah masa pandemi menurut sudut pandang pengguna Twitter yang dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak NVivo 14 dengan pendekatan metode netnografi. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan di antara pengguna akun Twitter yang ada hanya akun pemerintahan yang tidak memiliki sentimen negatif dalam tweet yang dibuatnya. Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah pendekatan yang menggunakan metode netnografi sementara perbedaannya terletak pada masalah yang akan diteliti dan media sosial yang digunakan (Rinaldi dkk., 2021).
2. Kajian terdahulu kedua berjudul, **Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana)**. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Awallina Yusanda, Rini Darmastuti, George Nocholas Huwae yang dilaksanakan pada tahun 2021 ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *personal branding* yang dilakukan oleh mahasiswa UKSW melalui Instagram. Hasil penelitian ini adalah, perilaku mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana dalam menggunakan Instagram. Dan mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana yang sudah melakukan strategi personal branding di Instagram dengan pemilihan busana, mengunggah prestasi, dan menggunakan keterangan foto yang memotivasi serta mahasiswa yang belum menerapkan strategi personal branding. Persamaannya terletak pada masalah yang akan diteliti yaitu personal branding melalui media social. Perbedaannya terletak pada metode yang digunakan yaitu penentuan key person dengan menggunakan purposing sampling sedangkan peneliti ingin meneliti Personal Branding Vina Muliana Pada Akun Media Sosial Tik Tok @Vmuliana Sebagai Media Pembelajaran Dunia Karier menggunakan metode netnografi (Yusanda dkk., 2021).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kajian terdahulu ketiga berjudul **Aplikasi Media Sosial sebagai Alat Politik Donald Trump (Netnografi Cuitan Trump di Twitter)**. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yohanes Ivan Adi Kristianto dan Hanna Nurhaqiqi yang dilakukan menjelaskan bagaimana kepentingan Trump dalam menggunakan Twitter sebagai alat komunikasi publik dan memverifikasi konsep CNN Effect menggunakan studi kasus komunikasi media massa oleh Donald Trump. Penelitian ini menggunakan metode netnografi dengan mengumpulkan data crawling. Penelitian ini berpendapat bahwa efek dari cuitan Trump di akun Twitternya memiliki implikasi yang relatif sama dengan CNN Effect. Hal ini menunjukkan bahwa CNN Effect tidak hanya bisa terjadi di media massa, namun juga media sosial. Pendapat kedua adalah Trump konsisten menyuarakan isu-isu tertentu lewat akun Twitternya secara rutin untuk kepentingan Trump yang dimanifestasikan dalam kampanyenya tercapai. Persamaan dengan judul peneliti terletak pada penggunaan metode yaitu metode netnografi. Sedangkan perbedaannya terletak pada media yang digunakan yaitu Twitter (Kristianto & Nurhaqiqi, 2021).
4. Kajian terdahulu keempat berjudul **Victim Blaming Kasus Pelecehan Seksual (Studi Netnografi Pelecehan Seksual Terhadap Via Valen di Instagram)**. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuning Astuti, Dyah Pradoto, Gustina Romaria menjelaskan bahwa Banyak victim blaming justru dilakukan oleh perempuan. Perempuan yang justru memiliki empati yang lebih justru memberikan komentar negatif atas peristiwa pelecehan yang dialami oleh perempuan lain. Karena itulah perlu diberikan pemahaman yang komprehensif, tentang pelecehan seksual, bentuk dan kategorisasi pelecehan seksual. Dengan meningkatnya pemahaman, perempuan diharapkan lebih berani mengungkap kasus pelecehan maupun yang menimpa orang-orang di sekeliling mereka. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah metode yang digunakan menggunakan netnografi dalam melakukan observasi mengenai pelecehan seksual terhadap via valen di instagram. Perbedaan penelitian yaitu terletak pada masalah yang akan diteliti dan media sosial yang digunakan (Astuti & Yenny, 2019).
5. Kajian terdahulu kelima berjudul **Jaringan Penularan Emosional Pada Viral Marketing: Studi Netnografi Pada Iklan Pantene**. Penelitian yang dilakukan oleh Francisca Bertha Vistika Putri, Daniel Susilo, Agustinus Rusdianto Berto pada April 2023 ini menjelaskan bahwa budaya di dunia digital yang tercipta dari komentar iklan Pantene Miracles Hair Supplement di Youtube Pantene Indonesia. Penelitian ini menunjukkan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bahwa sebagian kecil pengguna internet memberikan tanggapan negatif saat iklan yang menggabungkan peran gender dan humor dapat menimbulkan tanggapan positif berupa tawa dan kegembiraan. Jaringan yang terbentuk dalam hasil penelitian ini adalah jaringan komunikasi emosional positif dan negatif, jaringan komunikasi seksual positif dan negatif, jaringan komunikasi humor positif dan negatif. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti adalah metode yang digunakan yaitu metode netnografi, sementara perbedaannya terletak di rumusan masalah yang akan diteliti (Putri dkk., 2023).

6. Kajian terdahulu keenam berjudul **Komentar Positif Netizen Terhadap Film “Like & Share” (Studi Netnografi Akun Instagram @Filmlikeandshare)**. Penelitian yang dilakukan oleh Ghea Rae Sabrina, Nawiroh Vera pada tahun 2023 ini menjelaskan bahwa Instagram @filmlikeandshare yang merupakan akun promosi yang didedikasikan untuk mempromosikan film dan menyebarkan berita tentang suka dan berbagi film agar keberadaannya diketahui dan diketahui. Dokumen yang ditemukan di Instagram memuat berbagai informasi dan publikasi berupa foto, video, gambar, meme dan caption/status, yang sering dikomentari dengan komentar positif serta like dan share dengan dukungan publikasi dan film. Dalam komentar di Instagram ini, peneliti melihat interaksi yang terjadi pengguna satu dengan pengguna lain pada kolom Komentar. Kegiatan ini adalah ajakan pengguna lain untuk membagikan komentar positif dan mendukung akun Instagram @filmlikeandshare. Walaupun unggahan Instagram ini berisi tentang editing video dan pembuatan film, banyak media yang tidak sabar untuk menayangkan filmnya dan tidak lupa untuk mendukung Like & Share Movie. Persamaannya penelitian yang akan diteliti dengan penelitian terdahulu terletak pada metode nya yaitu netnografi dalam melakukan pengamatan. Sedangkan perbedaannya terletak pada rumusan masalah yang akan diteliti (Sabrina & Vera, 2023).

7. Kajian terdahulu ketujuh berjudul **Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal Dalam Membangun Kesadaran Halal: Studi Netnografi**. Penelitian yang dilakukan oleh Miftakhul Khasanah pada tahun 2020 ini menjelaskan Tentang peranan media sosial sebagai agen sosialisasi halal menjadi sangat perlu, terkait dengan perubahan pola-pola struktur budaya dan perilaku di masyarakat. Jika dikaitkan dengan perilaku masyarakat pada saat ini dimana internet telah menjadi suatu budaya dan kebiasaan yang tidak dapat dipisahkan dari perilaku masyarakat membuat media sosial menjadi salah satu agen penting dalam rangka sosialisasi informasi dan pengetahuan halal dan menjadi pemantik (trigger) dalam mengunggah kesadaran halal. Kesadaran halal yang sudah terbentuk akan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berpengaruh kepada sikap dan membentuk perilaku halal. Kesadaran halal yang sudah terbentuk akan berpengaruh kepada sikap dan membentuk perilaku halal. Pola hidup halal yang dilakukan sehari-hari akan membentuk perilaku halal. Penelitian yang akan diteliti dengan penelitian terdahulu ini memiliki persamaan dalam metode yang digunakan yaitu metode netnografi, sementara perbedaannya terletak pada rumusan masalah yang akan diteliti (Khasanah, 2020).

8. Kajian terdahulu kedelapan berjudul **Sharenting Dan Privasi Anak: Studi Netnografi Pada Unggahan Instagram Dengan Tagar #Anakku.**

Penelitian yang dilakukan oleh Amanda Dwiarsianti. Penelitian ini bertujuan memaparkan sharenting yang dilakukan oleh orang tua kalangan biasa di Indonesia dengan menganalisis jejak digital yang ada di Instagram melalui penggunaan tagar #anakku dan kemudian dikaitkan juga dengan permasalahan privasi anak. Metode netnografi digunakan dalam penelitian ini untuk mempelajari budaya dari pengguna media digital dari jejak daring. Hasil penelitian menemukan ada lima kategori unggahan sharenting di Instagram dengan taggar #anakku. Sejumlah unggahan yang ditemukan menunjukkan kurang adanya kesadaran orang tua dalam menjaga privasi anaknya dalam unggahan mereka di Instagram. Persamaan dengan penelitian terdahulu ini terletak pada metode yang digunakan yaitu menggunakan metode netnografi, sedangkan perbedaannya terletak pada rumusan masalah yang akan diteliti dan media sosial yang digunakan (Dwiarsianti, 2022).

9. Kajian terdahulu kesembilan berjudul **Ujaran Kebencian Di Media Sosial (Studi Netnografi Di Akun Instagram @Prof.Tjokhowie).**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dian Fermina Mawati Waruwu dan Nawiroh Vera menjelaskan bahwa fenomena ujaran kebencian oleh akun Instagram @prof.tjokhowie dianalisis menggunakan empat level, yaitu ruang media, dokumentasi, media, objek media, serta pengalaman. Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu ini adalah metode yang digunakan yaitu metode netnografi. Sedangkan perbedaannya terletak pada rumusan masalah yang akan diteliti yaitu ujaran kebencian pada akun Instagram @prof.tjokhowie menggunakan riset media siber (Waruwu & Vera, 2020).

10. Kajian terdahulu kesepuluh berjudul **Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z.**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri Naning Rahmana, Dhea Amalia Putri N, dan Rian Damariswara menjelaskan tentang pemanfaatan aplikasi Tik Tok sebagai media edukasi saat ini di era generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan subjek penelitian adalah generasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Z dan objek penelitian adalah pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media edukasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok sangat digemari oleh generasi Z, dan jenis konten Tik Tok yang sering dilihat generasi Z. Serta yang terakhir, pemanfaatan aplikasi TikTok bagi media edukasi pada generasi Z. Manfaat yang didapatkan dari bahan bacaan artikel jurnal ini adalah perspektif baru mengenai pemanfaatan aplikasi Tik Tok bagi media edukasi pada generasi Z untuk mendapatkan ilmu pembelajaran baru dan sebagai sarana menyebarkan konten edukatif (Rahmana dkk., 2022).

2. Landasan Teori

Landasan teori menggambarkan konsep yang akan digunakan sebagai pondasi di dalam penelitian. Teori terdiri dari sekumpulan prinsip-prinsip dan definisi secara konseptual, mengorganisasikan aspek-aspek empiris secara sistematis. Berdasarkan batasan tersebut maka akan dijelaskan batasan-batasan tentang :

2.2.1 Persepsi

Schiffman dan Kanuk dalam Manoppo (2014) mendefinisikan persepsi sebagai proses yang mana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi dan pengalaman yang ada kemudian mengartikannya untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti. Penjabaran proses terbentuknya persepsi dari bagannya sebagai berikut:(Wafa, 2023)

2.2.1.1 Stimulation

Stimulus merupakan rangsangan dari dunia sekeliling yang ditangkap indra, kontak antara indra dengan stimulus inilah yang kita sebut respons, dan di saat inilah terjadi proses stimulasi. Secara sistematis, panca indra menangkap pemandangan, suara bau dan rasa dibawah alam sadar. Kontak indra dapat dikatakan masuk dalam proses stimulasi apabila melibatkan perhatian selektif dan terpaan selektif. Individu yang mempunyai perhatian selektif biasanya akan memilih informasi yang disukai dalam sebuah percakapan. Jika setelahnya individu tersebut mengkonfirmasi keyakinannya terhadap informasi tersebut maka dalam proses stimulasinya telah mendapat terpaan selektif.

2.2.1.2 Organization

Disebut “organization” karena pada proses ini membutuhkan kemampuan individu untuk mengidentifikasi dan mengenali objek persepsi agar dapat menggunakan indra secara efektif. Persepsi lebih mudah terbentuk apabila stimulus yang

diterima ditata berdasarkan skema dan skrip (tindakan berpola), menggolongkan yang sejenis atau mirip, memisahkan objek berdasarkan ukuran (besar-kecil), dan lain sebagainya.

2.2.1.3 Interpretation & evaluation

Liliwari (2017) mengatakan individu akan memberikan interpretasi atau makna terhadap semua respons seperti makna atas pengalaman, kebutuhan, keinginan, nilai-nilai, harapan, keadaan fisik, emosional, gender, keyakinan, yang semuanya berdasarkan skema dan skrip yang telah dilakukan pada proses sebelumnya. Persepsi individu dipengaruhi oleh pengalaman-pengalamannya, asumsi serta keyakinan yang dipelajari melalui penerimaan sensoris indra, yang terjadi setelah individu memberikan semacam predisposisi mental untuk merasakan satu hal tertentu.

2.2.1.4 Memori

Memori sendiri bekerja dengan mendeteksi stimulus melalui panca indra dengan cepat atau lambat kedalam otak. Secara biologis, otak manusia diciptakan untuk memproses informasi yang dibutuhkan sehingga terkadang terdapat beberapa informasi yang hilang, sebagian hilang atau masih terekam jelas. Individu sendiri mempunyai dua jenis memori yaitu Long-term memory (memori jangka panjang) dan Short-term memory (memori jangka pendek). Long-term memory merupakan kapasitas penyimpanan informasi berlangsung dalam satuan jangka waktu yang panjang. Dengan kata lain dapat menyimpan jumlah informasi yang tak terbatas. Sedangkan shortterm memory mengingat penggalan informasi yang sedang diproses pada saat yang sama ketika kita menerima stimulus.

2.2.1.5 Recall

Proses mengingat kembali informasi tertentu yang telah tersimpan dalam memori disebut dengan recall. Saat mengingat kembali, proses recall erat berkaitan dengan bagaimana individu merekonstruksi apa yang dilihat, dengar dan rasakan yang menurutnya sangat berarti. Artinya terdapat informasi tersebut bisa jadi sangat menonjol atau relevan dengan pengetahuan informan sehingga terekam jelas dan diingat.

2.2 Netnografi

Netnografi merupakan sebuah metode untuk mempelajari *cybernetics space (cyberspace)* dari tekstual yang diinformasikan untuk mempelajari budaya dan masyarakat yang muncul di online. Netnografi



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan satu-satunya metode yang secara khusus dirancang untuk mempelajari kebudayaan dan komunitas online. Metode tersebut akan mencari istilah yang tidak diucapkan secara lisan yang merupakan keistimewaan dari sebuah komunitas virtual (Astuti & Yenny, 2019).

Netnografi, yaitu metode yang digunakan untuk mempelajari budaya dari pengguna media digital yang bisa diamati dari jejak daring (Kozinets, 2019). Di awal perkembangannya, netnografi digunakan sebagai metode untuk menggambarkan komunitas virtual, yang bercirikan berbentuk agregasi sosial, lahir dari interaksi pengguna internet, ada diskusi, memiliki cukup banyak orang, dan terbentuk dalam proses yang lama (Dwiarsianti, 2022).

Namun, seiring dengan berkembangnya media sosial, Kozinets (2019) menyatakan bahwa konsep komunitas virtual menjadi sulit dipertahankan. Menurutnya, ketika seseorang membuat unggahan di media sosial atau memberikan komentar tertentu di sebuah unggahan, orang ini tidak lagi berbicara kepada sebuah komunitas yang spesifik, melainkan kepada publik. Untuk itu, ia mencetuskan istilah data site dalam penelitian netnografi, yang mengacu pada jejak daring berupa teks, grafik, foto, audiovisual, musik, dan lain-lain (Dwiarsianti, 2022).

Netnografi tidak lepas dari perkembangan teknologi dan media sosial yang telah mengubah cara hidup manusia di Internet. Komunitas virtual membentuk jaringan sekelompok manusia di Internet. Menurut Kozinets ada enam bentuk jaringan. Pertama, broadcast network, yaitu percakapan media sosial yang berfokus pada beberapa akun media sosial yang ditemukan pada isu atau peristiwa nyata. Kedua, jaringan pendukung, atau pengguna, dibagi menjadi beberapa kelompok orang yang dapat mendiskusikan hobi, topik profesional, konferensi, semuanya adalah anggota komunitas.

Ketiga, jaringan kelompok merek, atau pengguna media sosial, dibagi menjadi beberapa kelompok kecil, dan setiap kelompok biasanya memiliki sedikit interaksi satu sama lain. Keempat, kelompok komunitas, yakni mereka yang berdiskusi media sosial, dibagi menjadi beberapa kelompok dan terbentuk tautan, misalnya diskusi tentang topik media global. Kelima, jaringan penyiaran, atau diskusi yang membentuk grup baru dan mengarah ke satu akun pengguna, biasanya adalah pengguna yang dikenal sebagai pemberi komentar. Keenam, jaringan pendukung adalah percakapan yang ditandai dengan satu akun tempat Anda terhubung ke beberapa pengguna media sosial, seperti layanan pelanggan perusahaan. Kajian tentang iklan Pantene ini termasuk dalam kajian kelompok merek. (Putri dkk., 2023, h. 7-8)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Langkah-langkah pada netnografi artinya melakukan pengumpulan data, analisis data dan penulisan atau penyajian data. menurut Kozinets, netnografi menggunakan empat teknik pengumpulan data. Teknik mencakup penelitian, komunikasi, pencelupan diri dan juga integrasi (Kozinets, 2019).

Menurut Hayes (2015), metode netnografi dibangun pada atas beberapa pondasi. Pertama, naturalistic (alami), merupakan metode ini mencari serta mendekati sebuah kebudayaan dimana kebudayaan berada, hidup, dan bernafas. kedua, immersive (mendalam), adalah metode ini berupaya memahami budaya dalam sikap aktif serta mengembangkan partisipasi peneliti terlibat bersama objek yang diobservasi. Ketiga, descriptive (deskriptif), artinya metode ini berusaha mencari deskripsi yang kaya, ketat, menarik, dengan bahasa hidup yang merefleksikan realitas subyektif dan kebenaran emosional anggota-anggota suatu budaya. Keempat, multi-method, pada mana netnografi secara kontinu menggunakan metode-metode lain seperti wawancara, semiotik, proyektif, fotografi, serta video untuk melengkapi penggambaran realitas yang hayati asal suatu budaya. Kelima, adaptable, di mana metode etnografi telah terbukti dapat diterapkan buat meneliti aneka macam kebudayaan besar pada muka bumi (Bakry, 2017).

Tokoh yang diakui menjadi pencetus metode netnografi ialah Kozinets. dalam karyanya berjudul *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, Kozinets (2010) mengatakan bahwa netnografi artinya sebuah teknik penelitian naturalistik yang memakai informasi yang tersedia secara publik di forum-forum online. Netnografi mengadopsi prosedur etnografi (khususnya observasi berpartisipasi) ke pada kontinjensi yang unik dari hubungan sosial yang dimediasi komputer: alterasi, aksesibilitas, anonimitas, serta pengarsipan. Sebagaimana etnografi konvensional, penelitian netnografi mencakup juga mekanisme yang terdiri berasal enam tahap, yakni: perencanaan penelitian, entrée, pengumpulan data, interpretasi, dan berpegang di standar etis, dan representasi. Netnografi memakai komunikasi yang dimediasi komputer (internet) menjadi asal data untuk sampai pada pemahaman etnografi dan representasi berasal fenomena budaya atau komunal (Sabrina & Vera, 2023).

2.2.3 Branding

Sebelum memahami apa itu *branding*, terlebih dahulu kita mendefinisikan apa itu *brand*. Menurut Susanto dan Wijanarko (2004), *brand* adalah identifikasi berupa nama atau simbol yang memengaruhi proses pemilihan suatu produk pesaing serta memiliki nilai bagi para



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembeli dan penjualnya. Sementara itu, secara harfiah, *branding* adalah sebuah proses atau kata kerja. Berbeda halnya dengan pakar marketing dunia, Philips Kotler, yang mendefinisikan *branding* sebagai sebuah nama, istilah, tanda, simbol, desain, hingga kombinasi dari semua itu yang bertujuan untuk mengidentifikasi sebuah barang atau jasa, yang akhirnya dapat membedakannya dengan yang lainnya. (Widyastuti dkk., 2017). Dalam hal pemasaran, *branding* bukan sekadar sebagai target supaya nilai suatu hal dipilih oleh pasar yang penuh dengan kompetisi, melainkan termasuk di prospek pada pemasaran yang menjadi bagi kebutuhan atau permasalahannya. Branding juga dicermati menjadi sebuah strategi yang bisa dilakukan untuk menyampaikan sebuah pesan dengan kentara, mengonfirmasi kredibilitas dari pemilik brand itu sendiri, menghubungkan menggunakan sasaran pemasaran yang lebih personal, memotivasi peminatnya, sampai menciptakan sebuah kesetiaan.

Branding pada media sosial merupakan suatu upaya guna menampilkan informasi, pesan, dan kesan melalui aktivitas yang dilakukan, mirip menampilkan profil, meng-update status, mengunggah foto, mengembangkan informasi serta pandangan berupa opini, serta menyampaikan feedback seperti komentar, dan ikon *like*. Masih banyak pengertian branding yang bisa kita pahami dalam kehidupan sehari-hari. namun, secara garis besar, branding bisa diartikan sebagai sebuah upaya menyampaikan informasi serta pandangan terhadap orang lain, berdasarkan apa yang diinginkan sang pemilik brand itu sendiri (Yusanda dkk., 2021).

Pada era digital seperti sekarang ini, *personal branding* sebagai hal yang begitu masuk akal dilakukan. Meski *personal branding* sudah terdapat sejak era-era sebelumnya, namun di era digital inilah tahapan *personal branding* sebagai hal yang begitu umum dilakukan, khususnya melalui internet.

2.2.4 Personal Branding

Personal Branding berasal dari istilah *personal* (Eng) yang berarti pribadi, serta *branding* (Eng) yang berarti membuat merk atau merek. Jadi *personal branding* merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang dalam membuat personal merk. pada dunia usaha, merk didefinisikan menjadi persepsi atau emosi yang dimiliki oleh calon pembeli yang didapat melalui banyak sekali pengalaman pembeli terhadap produk tersebut. jika definisi tersebut diaplikasikan pada konteks *personal*, *personal brand* adalah persepsi serta emosi yang dimiliki oleh orang lain terhadap diri *personal* seorang yang



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendefinisikan secara menyeluruh pengalaman pada relasi *interpersonal* tersebut (Parameswari dkk., 2023).

Personal branding didasarkan atas nilai-nilai kehidupan dan mempunyai relevansi tinggi terhadap siapa sesungguhnya diri seseorang. *Personal branding* sebagai merek atau brand langsung seseorang, yang menempel pada benak orang lain pada saat berpikir perihal diri orang tersebut, serta membuat seorang unik dan berbeda dengan orang lain. menurut McNally serta Speak, ada tiga (tiga) dimensi utama pembentuk *personal branding*, yaitu: (a) Kompetensi atau kemampuan individu, (b) Gaya atau style personal, dan (c) standar personal seseorang (Franzia, 2018).

Penyampaian sebuah *personal brand* harus secara konsisten dan terus-menerus. *Visibility* menjadi lebih penting daripada kemampuan (*ability*). Untuk menjadi *visible*, seseorang harus mempromosikan dirinya, menggunakan setiap kesempatan untuk memasarkan dan memperoleh keuntungan bagi dirinya. Oleh karena itu, kehidupan pribadi seseorang di balik personal brand yang dibangun harus sejalan dengan etika moral dan sikap yang telah ditentukan oleh *personal brand* tersebut. Kehidupan pribadi menjadi cerminan dari citra yang ingin ditanamkan dan ditampilkan dalam *personal brand*. Dalam perjalanan kehidupan pribadi seseorang, personal brand membutuhkan waktu untuk tumbuh dan berkembang, sehingga dalam setiap tahapannya *personal brand* harus konsisten dan teguh dari awal pembentukannya. Sebuah *personal brand* yang baik akan memberikan hasil yang baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang secara terus-menerus dipersepsikan oleh orang lain dengan cara yang positif. Sosok *personal* tersebut harus diasosiasikan dengan sebuah nilai atau ide yang diakui secara umum memiliki nilai positif dan bermanfaat (Yusanda dkk., 2021).

Menurut Montoya (2002) terdapat delapan konsep utama dalam pembentukan *personal branding*. Adapun delapan konsep pembentukan personal branding sebagai pondasi dari *personal brand* yang kuat, yaitu: (Imawati dkk., 2016).

1. *The Law of Specialization*

Personal branding akan terbentuk dengan baik jika dapat fokus hanya pada area kecil dan harus terkonsentrasikan pada kekuatan, keahlian atau pencapaian tertentu. Spesialisasi menurut Montoya dan Vandehey (2004) dapat dilakukan dengan cara *seperti ability, behavior, lifestyle, mission, product, profession, dan service*.

Spesialisasi dapat membuat personal brand terlihat memiliki kredibilitas. Melakukan beberapa bidang tanpa spesialisasi akan

melemahkan perhatian dari *audiens* dan akan menimbulkan keraguan. Hal ini akan berkaitan dengan target market yang akan merasakan spesialisasi berbanding lurus dengan keahlian dan kualitas dari suatu *personal brand* (Montoya dan Vandehey, 2004).

Dalam spesialisasi terdapat *positioning* yang harus dilakukan oleh seorang *personal brand*. Menurut Katarjaya (2009) *Positioning* merupakan suatu keinginan dari *personal brand* yang paling diingat tentang dirinya di benak konsumen. Hal tersebut akan membuat *personal brand* dapat dibedakan dari kompetitornya. Maka dari itu, seorang *personal brand* harus bisa menentukan dan menempatkan diri secara tepat dan benar terhadap target market (Parameswari dkk., 2023)

2. *The Law of Leadership*

Pembentukan *personal branding* dilengkapi dengan karakter kepemimpinan yang kuat untuk dapat memutuskan sesuatu dalam suasana yang penuh ketidakpastian dan memberikan suatu arahan yang jelas. Pada dasarnya orang-orang ingin untuk dipengaruhi, maka dari itu diperlukan seorang pemimpin. Dalam membentuk unsur kepemimpinan tidak menuntut seseorang untuk harus bisa menjadi yang paling terbaik dalam segala hal. Kepemimpinan dapat terbentuk melalui keunggulan yang dimiliki, posisi atau pengakuan.

Dalam *The Law of Leadership* mengharuskan bagi *personal brand* untuk bisa mendapat pengakuan dari orang lain bahwa dirinya merupakan orang yang berkompeten dan kredibel di bidangnya. Tujuan dari hal ini adalah agar *personal brand* dapat diterima sebagai sosok pemimpin dalam bidang yang menjadi domainnya.

Personal brand juga harus membuat *diferensiasi* dalam membentuk *personal branding*, agar hal tersebut bisa menjadi pembeda dengan brand yang lainnya. *Diferensiasi* bisa dibentuk dengan konten (apa yang ditawarkan), konteks (bagaimana cara menawarkannya), dan infrastruktur (apa yang digunakan untuk menciptakan konten dan konteks yang telah dirancang). *Diferensiasi* disini juga dapat mendukung *positioning* yang telah ditetapkan sebelumnya. Kepemimpinan juga dapat bersumber dari pengakuan. *Personal brand* seringkali akan mendapat pengakuan dari pencapaian yang telah diraihinya. Namun dalam konsep pengakuan, pencapaian bukanlah hal yang utama. Opini memainkan peran yang lebih utama dalam memperoleh pengakuan. Opini yang positif diberikan oleh pihak-pihak yang dihormati akan membuat *personal brand* mendapat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengakuan, bahkan dari orang yang tidak secara langsung mengenal *personal brand* tersebut (Montoya dan Vandehey, 2004).

3. *The Law of Personality*

Konsep ini berbeda dengan konsep kepemimpinan yang menekankan seseorang harus memiliki kepribadian yang sempurna, akan tetapi pada konsep ini menekankan harus memiliki kepribadian yang baik namun tidak harus sempurna. Manusia pada dasarnya ingin untuk diterima secara setara, tidak hanya dilihat dari sisi kelebihan dan kekurangannya saja karena personal branding memiliki berbagai aspek yang bisa dilihat.

4. *The Law of Distinctiveness*

Personal branding yang efektif untuk dapat memiliki kesan yang kuat yaitu dengan menjadi pribadi yang berbeda dari orang lain baik itu dalam lingkup bidang atau bisnis yang sama. Konsep ini memerlukan *diferensiasi* agar dapat dengan mudah untuk dibedakan antara satu dengan yang lainnya. Selain itu, memiliki *diferensiasi* dalam diri *personal brand* dapat memudahkan untuk selalu diingat dan lebih dikenal oleh khalayak luas. Menurut Motoya dan Vandehey (2004), terdapat tiga bentuk keunikan. Ketiga bentuk keunikan tersebut diantaranya;

a) *Behavior*

Setiap pribadi memiliki banyak bentuk keunikan dalam berperilaku, seperti cara seseorang berbicara, bercanda dan menjalankan pekerjaan. Selain dilihat dari sudut pandang komunikator, akan tetapi dari keunikan perilaku juga dapat dilihat dari sudut pandang komunikan, yaitu dengan melihat reaksi dari orang lain ketika berinteraksi terhadap komunikan.

b) *Physicality*

Dalam keunikan secara fisik tidak menuntut seseorang untuk harus memiliki penampilan yang aneh, akan tetapi mengharuskan untuk memiliki sebuah karakteristik yang ditunjukkan secara fisik agar dapat selalu diingat oleh orang lain. keunikan fisik dapat ditunjukkan dengan pakaian yang dikenakan, bentuk tubuh, ataupun dari penampakan lainnya seperti gaya rambut, tindik, ataupun tato. Keunikan fisik sama seperti keunikan perilaku yaitu harus berpenampilan natural dan tidak mengada-ada.

c) *Lifestyle*



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gaya hidup dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu dari sisi budaya dan sisi aktivitas.

Dilihat dari sisi budaya, gaya hidup seseorang dapat terlihat dari tingkat pendidikan, pandangan politik, ataupun kepercayaan religius yang dianutnya. Sedangkan gaya hidup dari sisi aktivitas dapat dilihat dari hobi, minat, ataupun aktivitas lainnya yang dilakukan oleh pemilik *personal brand*. Budaya dan aktivitas yang dilakukan oleh seseorang akan selalu memunculkan persepsi baru.

Sebuah *personal brand* yang hebat harus didasarkan pada sosok kepribadian yang apa adanya, dan hadir dengan segala ketidaksempurnaannya. Konsep ini menghapuskan beberapa tekanan yang ada pada konsep kepemimpinan (*The Law of Leadership*), seseorang harus memiliki kepribadian yang baik, namun tidak harus menjadi sempurna (Inami & Nurislamingsih, 2019).

5. *The Law of Visibility*

Personal branding akan terlihat kuat dan berhasil ketika individu tersebut konsisten hingga *personal brand* yang dibentuk dikenal oleh khalayak. Maka dari itu *visibility* akan lebih penting dibandingkan dengan *ability*. Disekeliling kita ada banyak orang atau individu yang memiliki kemampuan yang sama dengan diri kita, oleh sebab itu harus membuat dirinya lebih terlihat dibandingkan dengan yang lain. Individu perlu untuk melakukan promosi terhadap dirinya dan menggunakan setiap kesempatan untuk membuat dirinya untuk semakin terlihat. Menurut Montoya dan Vandehey, visibilitas bersumber dari tiga hal:

Pertama adalah *planning* (perencanaan) yang merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan berupa promosi dengan tujuan untuk pemasaran. *Planning* ini merupakan aktivitas yang dapat direncanakan dan dikendalikan oleh seorang *personal brand*.

Kedua adalah *leveraging opportunity* (meningkatkan peluang) merupakan usaha yang dapat dilakukan oleh *personal brand* untuk melihat fenomena yang kemungkinan akan terjadi di masa yang akan datang berdasarkan gejala-gejala yang ada saat ini dan *personal brand* dapat menyiapkan sumber daya untuk menghadapinya.

Ketiga adalah *accident* (ketidaksengajaan) yaitu visibilitas yang seringkali dilakukan oleh seorang *personal brand* dengan ketidaksengajaan. Maka dari itu, seorang *personal brand* harus berada pada *living the brand* agar tetap siap untuk bisa menghadapi segala kesempatan dan peluang yang bisa saja datang secara tidak terduga oleh *personal brand*.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6. *The Law of Unity*

Nilai dan perilaku seseorang di kehidupan nyatanya harus sejalan dengan personal branding yang telah dibangun. Kehidupan pribadi seharusnya menjadi cerminan dan citra yang diinginkan dalam membangun sebuah *personal branding*. Menurut Montoya Dan Vandehey, terdapat dua macam perilaku yang berkaitan dengan *personal brand*.

Pertama adalah perilaku *natural behaviors* yaitu perilaku yang terjadi berdasarkan perilaku sesungguhnya dari dalam diri pemilik *personal brand* tersebut. Perilaku ini menunjukkan sifat asli yang dimiliki oleh *personal brand* dan tidak dibuat-buat. Sedangkan yang kedua adalah perilaku *assumed behaviors*. Perilaku ini biasanya dilakukan oleh *personal brand* untuk membuat *brand* yang dimiliki menjadi lebih atraktif untuk ditunjukkan. Pada perilaku kedua ini masih bisa untuk diterima sejauh tidak terlalu bertentangan dengan perilaku sesungguhnya dari pemilik personal brand.

7. *The Law of Persistence*

Personal branding di setiap diri manusia terbentuk secara tidak instan, perlu waktu yang cukup lama untuk tumbuh menjadi sebuah *personal branding*. Seseorang dituntut untuk harus memiliki keteguhan terhadap *personal branding* yang telah dibentuk, tanpa ragu dan ingin mengubahnya. Untuk terus dapat mempertahankan personal branding yang telah dibangun, penting sekali untuk selalu memperhatikan tiap tahapan dan trend yang sedang terjadi saat ini agar *personal brand* akan terus mendapatkan perhatian penuh dari khalayak.

Konsistensi membutuhkan waktu, kesabaran dan ketekunan dalam mempertahankannya. Maka personal branding biasanya tercipta berdasarkan passion yang dimiliki, sehingga akan terus seorang *personal brand* akan terus antusias dan bersemangat dalam merawat dan menumbuhkan personal branding yang telah dibentuk.

8. *The Law of Goodwill*

Personal branding akan menimbulkan pengaruh yang lebih besar dan dapat bertahan lama apabila individu tersebut membentuk citra yang positif di khalayak. Individu harus diasosiasikan dengan sebuah nilai atau ide yang diakui secara umum dan positif agar dapat bermanfaat. *Audience* tidak akan selalu berpikir secara rasionalisme terhadap personal brand karena seringkali mereka melihat personal brand tidak hanya dari kompetensi dan kredibilitas yang dimiliki, tetapi dari niat baik dan nilai-nilai positif yang dianut. Kerja keras, perjuangan, kejujuran, dan memperlakukan sesama dengan baik

merupakan sikap yang harus dimiliki oleh pemilik personal branding jika ingin melakukan hukum kehendak baik (Montoya dan Vandehey, 2004).

Personal Branding sebagai konsep yang akan peneliti gunakan dalam menganalisis yakni 8 konsep utama menurut Montoya yang dinilai merupakan proses pembentukan persepsi masyarakat terhadap aspek yang dimiliki seseorang. Diantaranya adalah kepribadian, kemampuan atau nilai-nilai, dan bagaimana stimulus ini menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran.

2.2.5 Konten

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia menjelaskan konten adalah sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sehingga dapat digunakan untuk menampilkan berurutan sedemikian rupa lewat penyampaian konten dilakukan melalui berbagai media sosial seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah dapat melalui telepon genggam (*handphone*). Sedangkan menurut Ikapi dalam kutipan yang ditulis Finy F. Basarah dan Gustina, juga menjelaskan pengertian konten adalah struktur informasi yang terdapat pada halaman situs atau informasi yang tersedia melalui media. Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi dan mengidentifikasi berbagai format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah media (Basarah dan Romaria 2020).

Dengan begitu dapat diambil kesimpulan bahwa konten adalah bentuk sajian informasi yang di dalamnya dapat berupa hiburan, berita atau informasi lain yang disajikan secara orisinal melalui media konten dapat berupa artikel, video, audio maupun multimedia yang diunggah di internet sehingga dapat diakses secara mudah. Konten di media sosial memang ada yang bersifat positif maupun negatif, sangat disayangkan apabila banyak beberapa konten yang memuat nilai negatif ketimbang nilai positif. Di sini khususnya remaja diharapkan bisa merancang ide mengenai konten media sosial yang positif khususnya yang bersifat edukatif, meskipun karakteristik media siber dapat dilihat melalui media sosial yang memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis siber lainnya.

2.2.6 Media Sosial Tik Tok

Media sosial memiliki makna yang lebih spesifik jika dibandingkan dengan media internet. Definisi dari media sosial adalah apapun yang menggunakan aplikasi dasar *website* yang mengizinkan siapapun untuk menciptakan informasi dan saling menukar konten.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media sosial memiliki ruang yang lebih dalam interaksi antar individu serta akses yang lebih mudah dan luas (Kristianto & Nurhaqiqi, 2021).

media sosial artinya salah satu platform yang membantu orang berinteraksi serta bersosialisasi tanpa terhalang jarak ruang dan saat. Penyediaan website dan pembuatan akun pada media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi agar diseminasi berita berlangsung secara cepat dan menjangkau semua lapisan masyarakat. oleh karena itu, media sosial mencoba mengajak siapa saja bagi pengguna yang tertarik untuk berpartisipasi dalam memberi upaya kontribusi dan feedback secara lebih terbuka, memberi tanggapan atau komentar, membagi hal krusial atau informasi pada waktu cepat dan tidak terbatas (Rianto, 2021).

Perkembangan sosial media dari waktu ke waktu terus menjadi sorotan terhadap khalayak dalam dan luar negeri, selaras dengan perkembangan zaman yang terus melesat sebab terciptanya hal-hal baru tidak terkecuali pada sosial media. Perkembangan sosial media terus menjadi hal krusial dalam sosial manusia buat perkembangan perubahan asal sebelumnya dan menjadi perkiraan publik itu sendiri (Setiawan dkk., 2022).

Di kalangan Generasi Z Tik Tok sudah sangat tidak asing serta sudah menjadi konsumsi guna menghasilkan konten-konten tertentu, pria serta wanita sama-sama memakai Tik Tok dalam kehidupan sehari-harinya, tentu ini menjadi pengaruh yang sangat serius terhadap pola belajar yang dilaksanakan. dampak yang diberikan tentu memiliki ketajaman serta perubahan terhadap pola belajar individu tadi, lalu apa yang salah . pada masalah ini tentu kedua nya memiliki peranan penting pada menggunakan nya tidak ada yang salah serta tidak terdapat yang benar, tetapi seluruh tergantung kepada kepribadian yang kita lakukan dan deskripsikan terhadap perangkat lunak Tik Tok tersebut. Bagaimana cara kita mengatur belajar agar tetap seimbangan dengan penggunaan media sosial yang kita miliki, terutama perangkat lunak Tik Tok yang menjadi perkara baru dalam dampak pada pola belajar yang dilakukan (Sekarwati dkk., 2021).

Efek yang diberikan tentu beragam sesuai dengan apa yang kita deskripsikan pada aplikasi Tik Tok tadi, mulai dari hal baik sampai menggunakan nya di luar batas dan mendapatkan respon negatif dari kalangan pengguna media sosial lainnya. ketika kita menggunakan media sosial Tik Tok dengan membuat konten sebuah video atau lainnya kita dengan praktis nya memberikan konten Tik Tok tersebut ke dalam sosial media lainnya mirip Instagram, Facebook, WhatsApp serta sosial media



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lainnya. dengan menghasilkan konten dalam Tik Tok tentu kita akan mendapatkan respon yang beragam serta mendapatkan jumlah like yang tertera dalam aplikasi Tik Tok tersebut. beragam respon terus ditunjukkan selama konten sebagai konsumsi publik dalam sosial media Tik Tok.

2.2.7 Media Pembelajaran

Kata media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti “tengah”, “perantara” atau “pengantar”. Dalam bahasa Arab, media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Media adalah pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan, dengan demikian media merupakan wahana penyalur informasi belajar atau penyalur pesan (Desmaniar, 2019).

dapat disimpulkan media artinya alat yang dipergunakan untuk menunjang suatu pembelajaran sehingga pembelajaran tadi bisa berjalan dengan baik. Media juga bisa diartikan menjadi penghubung antara pemberi dan penerima informasi. Penggunaan media sebagai penghubung antara pendidik dan peserta didik inilah yang diklaim menggunakan pembelajaran. menggunakan kata lain, bahwa belajar aktif memerlukan dukungan media buat menghantarkan materi yang akan mereka pelajari.

Pembelajaran bisa didefinisikan menjadi suatu sistem atau proses membelajarkan subjek didik/pembelajar yang direncanakan atau dibuat, dilaksanakan, dinilai secara sistematis agar subjek didik/pembelajar dapat mencapai tujuan-tujuan pembelajaran secara efektif dan efisien (Faizah, 2020).

Media pembelajaran artinya komponen yang integral berasal suatu sistem pembelajaran. Proses pembelajaran ialah suatu proses komunikasi yang berlangsung dalam suatu sistem, sehingga media pembelajaran menempati posisi yang cukup krusial sebagai salah satu komponen sistem pembelajaran. Pengembangan media pembelajaran diupayakan buat memanfaatkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki media tersebut serta meminimalisir kesulitan/kendala yang ada dalam proses pembelajaran. Hal ini sesuai menggunakan tujuan adanya pengembangan media pembelajaran secara umum yaitu buat melakukan penemuan pembelajaran. oleh sebab itu keberadaan media pembelajaran sangat berarti untuk mendukung inovasi kegiatan pembelajaran.

Media pembelajaran juga diartikan sebagai alat yang dapat membantu proses belajar mengajar dan berfungsi untuk memperjelas makna pesan yang ingin disampaikan, sehingga dapat mencapai tujuan pembelajaran yang lebih baik dan sempurna. Media pembelajaran adalah

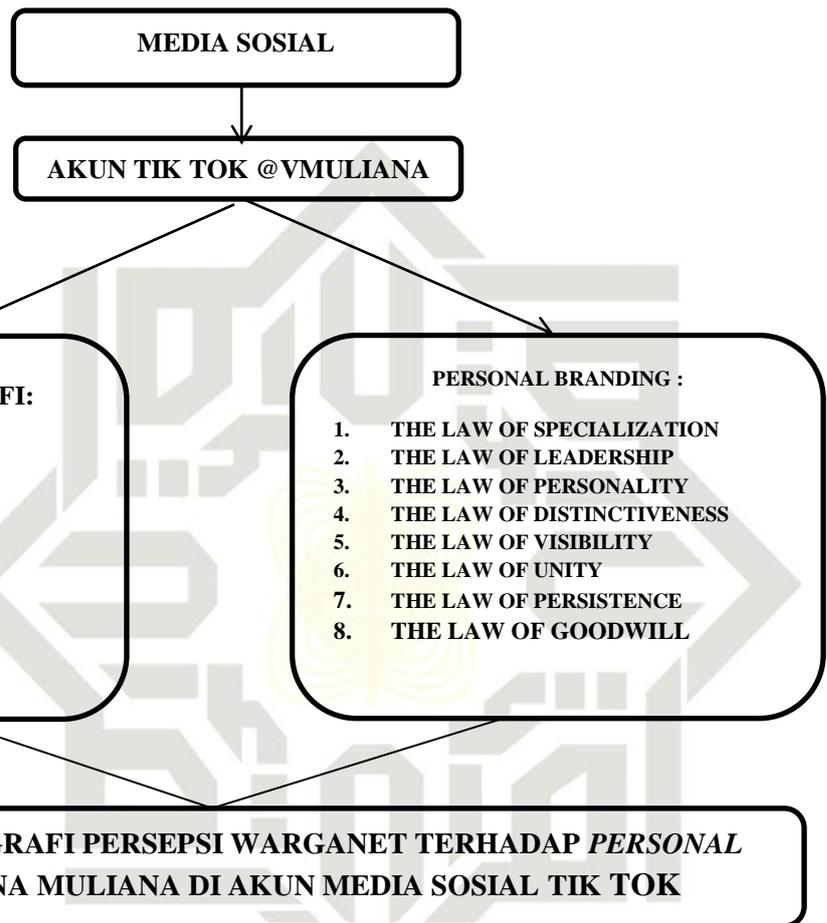


sarana untuk meningkatkan kegiatan dalam proses belajar mengajar sehingga keberadaannya begitu penting (Nurrita, 2018).

3. Kerangka Berpikir

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau
 UIN Suska Riau
 Universitas Islam
 University of Sultan Syarif Kasim Riau



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

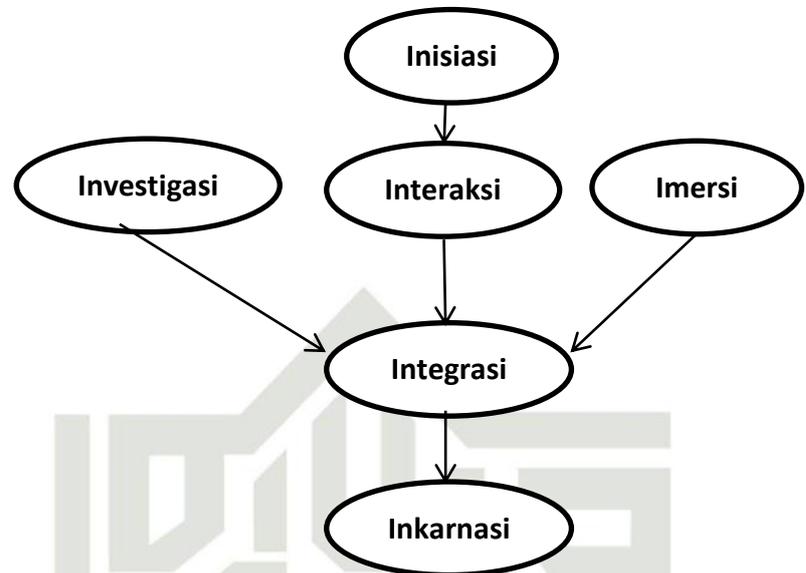
Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis metode penelitian studi netnografi. Strauss serta Corbin (1990) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan inovasi yang tidak dapat dihasilkan atau dicapai dengan menggunakan mekanisme yang melibatkan statistik (kuantitatif). Metode penelitian yang dipergunakan di penelitian ini adalah studi netnografi. berdasarkan Kozinet menyatakan bahwa netnografi menjadi sebuah penelitian yang tertarik pada aneka macam budaya, pengalaman, kegiatan, serta korelasi yang kian terbentuk melalui sebuah media yang tidak sama (mirip jejaring sosial, blog, komunitas, serta lainnya).

Pengambilan data pada metode netnografi, diambil berdasarkan tiga jenis data yang mempunyai perbedaan masing-masing. Kozinet (2020) menjabarkan data tersebut berupa archival data (data yang dihasilkan dari interaksi sosial pada dunia virtual), elicited data (data yang didapatkan berasal interaksi secara langsung antara peneliti menggunakan komunitas virtual yang diteliti), serta field note data (berupa catatan pribadi peneliti berasal hal yang ditangkap selama penelitian) (Gerungan dkk., 2022).

Langkah-langkah dalam netnografi adalah melakukan pengumpulan data, analisis data dan penulisan atau penyajian data. Menurut Kozinets, netnografi menggunakan empat teknik pengumpulan data. Teknik meliputi penelitian, komunikasi, pencelupan diri dan juga integrasi (Kozinets, 2020). Langkah pertama adalah studi yang dilakukan untuk mendapatkan kekuatan yang digunakan dalam studi. Tahap kedua adalah interaksi, yaitu interaksi dengan data, membuat dan mencoba menghubungkan dengan data yang dipelajari. Langkah ketiga adalah pencelupan. Kozinets mengatakan bahwa pencelupan adalah langkah untuk membenamkan diri dalam orang atau komunitas yang dipelajari. Langkah keempat adalah integrasi, yaitu data yang diperoleh dalam penelitian ini, baik arsip berupa komentar pada konten Tik Tok @vmuliana, maupun observasi peneliti melihat konten dan membaca komentar di media sosial, adalah terintegrasi dan kemudian dianalisis (Putri dkk, 2023).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Proses selengkapnya tahapan netnografi adalah sebagai berikut.



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian Netnografi

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© H a c i p t a D i l i n g k i U n d a n g - U n d a n g
 F o k u s P e n e l i t i a n
 P e n g u m p u l a n D a t a
 A n a l i s i s d a n I n t e r p r e t a s i D a t a
 P e n u l i s a n d a n P r e s e n t a s i D a t a

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang dipilih sebagai daerah yang ingin diteliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam skripsi. Tempat yang dipilih untuk penelitian ini bersifat fleksibel artinya tidak ada lokasi yang pasti untuk melakukan penelitian ini. Penelitian bisa dilakukan di mana saja dikarenakan menganalisis menggunakan studi netnografi yang menggunakan analisis online. Waktu penelitian dilakukan penulis dari bulan Januari hingga bulan Mei 2024.

3.3 Sumber Data Penelitian

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden atau objek yang diteliti atau yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Data tersebut bisa diperoleh langsung dari personal yang diteliti dapat pula berasal dari lapangan (Dwiarsianti, 2022).

Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah unggahan postingan akun @vmuliana. Konten yang dipilih adalah salah satu konten @vmuliana yang di unggah pada bulan Januari 2024 yang berjudul "CONTEKAN JAWAB INTERVIEW Fresh Graduate Pengalamannya Apa?". Alasan peneliti memilih konten tersebut karena setelah melakukan pengamatan terhadap 19 konten yang di unggah Vina Muliana pada bulan Januari 2024. konten yang dipilih tersebut memenuhi kriteria dengan viewers terbanyak sebanyak 1,2 Juta dibandingkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan konten unggahan lainnya di bulan Januari yang membahas masalah contekan jawaban *interview* kerja.



Gambar 3.2 Konten di akun @vmuliana
(Sumber : Akun TikTok @vmuliana)

3.3.2 Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berjudul laporan dan sebagainya. Sumber data sekunder yang digunakan penulis diambil dari buku untuk melengkapi kajian terkait netnografi dan media sosial Tik Tok, serta jurnal yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Data Site.

Menurut Kozinets (2020), penelitian netnografi media sosial memusatkan pada data, atau dikenal dengan data *site*. Ketika seseorang memberikan komentar atas suatu isu dalam berbagai bentuk (misalnya posting di Twitter membuat meme atau foto di Instagram atau membuat video di Youtube dan Tik Tok), pada dasarnya pengguna tidak membuat pesan untuk suatu komunitas tertentu. Posting itu diterima dan ditujukan untuk pengguna dalam arti luas.

Oleh karena media sosial pada dasarnya bukan sebuah lokasi (*field*), maka penelitian netnografi dimulai dari data percakapan media sosial. Lokasi menjadi tidak penting, tetapi data (posting pengguna media sosial) yang menjadi fokus penelitian. Penelitian netnografi media sosial karena itu tidak dilakukan dengan pertama kali menentukan lokasi, tetapi mencari data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Data yang dibutuhkan oleh peneliti ini tersebar (berserakan) diberbagai *platform* media sosial. Pada titik ini terdapat perbedaan antara penelitian yang menggunakan *field site* dengan data *site*. Pada penelitian



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

field site, peneliti memusatkan perhatian pada lokasi tertentu. Sementara pada data *site*, data yang dibutuhkan tersebar di banyak tempat. Dengan jumlah yang sangat besar. Peneliti kemudian melakukan tahapan yang disebut dengan investigasi. Langkah ini pada dasarnya adalah upaya peneliti untuk mengidentifikasi, memilah, dan menyeleksi data sehingga data yang di analisis relevan dengan tujuan penelitian. Investigasi dan pengumpulan data saling terkait satu sama lain dalam proses penelitian netnografi.

Validasi Data

Dalam rangka melaksanakan pemeriksaan terhadap kebenaran asal sebuah data sewaktu-waktu Jika diperlukan dapat berfungsi pada menyanggah hal-hal yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif seperti perkawaaan bahwa penelitian tidak bersifat ilmiah, juga artinya menjadi unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif yang diklaim menggunakan validasi data. Validasi data menerangkan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sinkron menggunakan kenyataan.

Validitas ialah keakuratan antara data yang dirancang oleh objek yang diteliti dengan data yang bisa dilaporkan peneliti. oleh sebab itu, data yang tak ditemukan disparitas antara yang akan terjadi temuan menggunakan hasil yang dilaporkan dikatakan menjadi data yang valid. berdasarkan penelitian kualitatif, keotentikan sebuah data tak bersifat tunggal, yang mana hal ini bergantung pada konstruksi manusia sebagai akibatnya sifatnya jamak. Data dibentuk dalam diri seseorang individu menjadi hasil dari proses mental tiap individu menggunakan berbagai latar belakang nya. Metode ini intinya memiliki sifat interpretative sehingga peneliti harus menghasilkan sebuah refleksi diri atas perannya pada sebuah penelitian, bagaimana yang akan terjadi diinterpretasikan oleh peneliti. dalam penelitian ini peneliti juga memakai metode triangulasi menggunakan sumber data. pada dokumentasi, peneliti memakai data dari website analisis media, catatan, serta dokumentasi, yang dalam hal ini diperoleh melalui dokumen serta video.

3.6 Teknik Analisis Data

Peneliti kualitatif pada dasarnya dihadapkan dengan sajian data berupa kata, kata ataupun kalimat di wawancara, dokumen, observasi, angket dan informasi lapangan. Analisis data kualitatif perlu dilakukan di awal penelitian, peneliti harus membaca data tersebut berkali-kali sebagai akibatnya memberikan makna terhadap data tersebut. Kenyataannya, tidak sedikit peneliti kualitatif masih belum optimal dalam memasak data kualitatif sebab banyaknya data yang wajib dianalisis. Akibatnya hasil penelitian deskriptif tersebut belum menggambarkan yang akan terjadi penelitian secara



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Hak cipta ini dilindungi undang-undang. UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyeluruh, salah satu teknik yang banyak dipergunakan pada metode netnografi ialah analisis tematik. Analisis tematik merupakan salah satu metode analisis data kualitatif. Analisis tematik adalah metode yang efektif bila peneliti ingin mengupas secara rinci data-data kualitatif untuk menemukan keterkaitan pola-pola sejauh mana fenomena terjadi melalui kacamata peneliti. Selain itu analisis tematik merupakan metode yang fleksibel karena metode ini tidak tergantung pada teori dan epistemologi sehingga bisa diterapkan pada berbagai macam pendekatan teoritik serta epistemologis (Taroreh, 2021).

Beberapa tahapan dalam melakukan analisa data ini kurang lebih sama dengan teknik analisa kualitatif yang lain, misalnya adalah tahapan paling awal yang dilakukan, yaitu memahami data yang telah diperoleh. Dalam analisis tematik peneliti perlu untuk meluangkan waktunya untuk ‘mengetahui lebih dekat’ data yang mereka telah peroleh sebelum melakukan tahapan-tahapan berikutnya. Untuk lebih rinci bagaimana teknis melakukan analisa data dengan menggunakan metode thematic analysis, berikut ini disampaikan tahapan-tahapannya:

3.6.1 Memahami Data

Mendapatkan data yang diinginkan bukan berarti peneliti memahami fenomena yang sedang diteliti. Karena penelitian kualitatif bertujuan untuk mengupas secara mendalam apa yang terjadi dari sebuah peristiwa melalui perspektif partisipan, maka rekaman dan transkrip wawancara ibaratnya adalah ‘harta karun’ peneliti yang perlu untuk dieksplorasi maknanya lebih dalam. Disini peneliti perlu untuk memahami dan menyatu dengan data kualitatif yang diperolehnya.

Tujuan dari tahap ini adalah agar kita menjadi akrab dengan data, mulai memperhatikan hal-hal yang mungkin relevan dengan pertanyaan penelitian. Tahap ini dilakukan dengan pertama kali membaca data beberapa kali. Data berupa transkrip atau tulisan, kita baca beberapa kali. Jika data yang kita peroleh berupa audio/video, maka kita perlu menonton atau mendengarkan beberapa kali audio/video tersebut. Pada saat membaca/mendengarkan/menonton data/ kita perlu mencatat hal-hal yang mencolok atau yang kita pandang menarik. Catatan semacam ini akan berguna dalam proses analisis.

3.6.2 Membuat Koding Awal

Tahapan kedua pada proses thematic analysis ialah mulai meng-koding. Meng-koding ini bisa diibaratkan pustakawan yang sedang memilih subjek dari judul buku. Atau seperti pembaca yang berusaha menemukan pikiran utama sebuah paragraf. Kode mampu juga dianggap menjadi label, atau fitur yang terdapat dalam data yang terkait dengan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pertanyaan penelitian. dalam hal ini peneliti lah yang memilih data mana saja pada transkrip wawancaranya yang perlu di kode. Bagi peneliti yang baru melakukan coding, kemungkinan besar beliau akan memberikan kode semua data pada transkrip. Ini tidak apa-apa dilakukan, sebab nanti tahapan berikutnya, peneliti akan meninjau kembali semua kode yang dia buat serta akan mengevaluasi kode mana yang relevan menggunakan penelitiannya serta kode mana yang tidak relevan. Kode bisa dirancang baik secara semantik, artinya mendeskripsikan secara langsung apa yang tampak dari data. Peneliti menuliskan kode sesuai dengan apa yang tampak di bagian atas. Ini umumnya dilakukan peneliti dengan cara menuliskan kode sinkron dengan kata-istilah yang dipergunakan oleh partisipan.

Metode pengkodean ini dianggap juga menjadi in vivo kode. Selain itu kode jua bisa dibuat dengan menuliskan makna yang terkandung didalam data. Disini penulis mencoba menginterpretasikan apa yang tersembunyi dibalik kata-kata partisipan. Kode harus diusahakan ditulis se jelas mungkin sehingga nantinya melalui kode ini peneliti jadi lebih paham akan makna berasal setiap pernyataan partisipan. oleh karena itu kode tidak harus deskriptif atau panjang lebar. tetapi merupakan perpaduan dari deskriptif dan interpretative

3.6.3 Mencari Tema

Tahapan ini peneliti mulai berpindah perhatian dari yang semula mencari kode kini berganti menjadi mencari tema. mirip yang direkomendasikan oleh Braun & Clarke (2006), tahap ketiga pada thematic analysis merupakan mencari tema, tema yang sinkron dengan tujuan penelitian. Tema ini menggambarkan sesuatu yang krusial yang ada pada data terkait dengan rumusan masalah penelitian.

Tema ini mendeskripsikan pola dari fenomena yang diteliti. Meski dikatakan mencari tema, namun mencari disini bukan berarti ibarat seseorang arkeolog yang menggali tanah buat menemukan tema yang tersembunyi dibalik data. tetapi lebih seperti seseorang seniman yang menentukan bagaimana ia akan memahat batu yang ia miliki. Batu ini diibaratkan data, serta tema diibaratkan karya seni hasil pahatannya. Penelitian yang menentukan tema apa yang akan muncul sesuai dengan data yang ia miliki. Ibarat pematung yang punya kebebasan pada memilih wujud serta bentuk patungnya, peneliti juga mempunyai kebebasan dalam menginterpretasi data buat memunculkan tema tema tadi. Konsekuensinya, hal ini membagikan betapa bervariasinya hasil yang



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akan dihasilkan sesuai menggunakan kreativitas artis, atau sinkron interpretasi peneliti (Heriyanto, 2018).

3.6.4 Meninjau Tema Potensial

Saat peneliti sudah mendapatkan beberapa tema, maka akan ada kemungkinan beberapa tema dihapus atau ada dua tema yang berbeda menjadi satu tema. Tahap ini terdiri dari 2 level tinjauan dan penyaringan tema yang sudah dibentuk sebelumnya. Level 1 adalah meninjau kembali data yang sudah dikodekan, yaitu dengan membaca kembali kode pada setiap tema dan meninjau kemungkinan terbentuknya pola yang saling berkaitan antar tema. Jika sudah terbentuk pola, maka peneliti dapat meneruskan pada tahap kedua, namun jika belum maka peneliti perlu meninjau kembali tema yang ada.

Adapun level 2, meninjau hubungan seluruh data yang ada. Maka peneliti dituntut untuk meninjau kesahihan hubungan antara tema dengan kumpulan data dan jika peta tematik yang terbentuk secara akurat menggambarkan data secara keseluruhan.

3.6.5 Mendefinisikan dan Memberi Nama Tema

Setelah peta tematik yang terbentuk dari kumpulan data sudah secara akurat menggambarkan data secara keseluruhan, maka selanjutnya peneliti mendefinisikan dan menyaring esensi dari tema-tema yang akan dianalisa. Maka pada tahap ini peneliti tidak hanya menguraikan ekstrak data namun mengidentifikasi apa yang menarik tentangnya dan mengapa dan memastikan adanya hubungan antara tema satu dengan yang lainnya.

3.6.6 Menyusun Laporan

Tahap terakhir dalam analisis tematik adalah menyusun laporan penelitian, seperti untuk tugas akhir kuliah (skripsi, tesis, disertasi), jurnal ilmiah hingga prosiding konferensi. Tujuan dari penulisan laporan adalah memberikan “kisah” yang menarik tentang data, berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Cerita harus meyakinkan, menarik, dan jelas, tetap berdasar prosedur penulisan ilmiah (Sitasari, 2022).

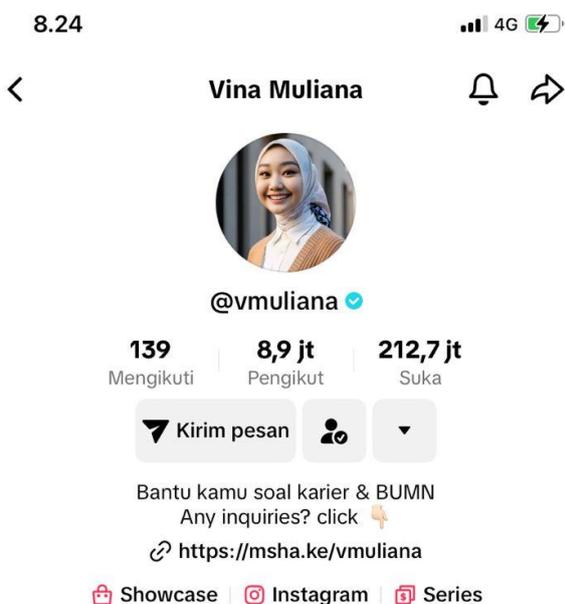
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

Akun Tik Tok @vmuliana

Akun @vmuliana merupakan akun milik Vina Muliana yang merupakan seorang pegawai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sekaligus *education content creator* di TikTok yang sering membuat konten mengenai karier. Di BUMN, Vina Muliana menjabat sebagai *Senior Associate* di bidang *Culture Measurement & Program Development* pada Mining Industry Indonesia (MIND ID). Pemilik nama lengkap Vina Andhani Muliana ini lahir pada tanggal 19 Januari 1994 dan beragama Islam. Wanita 28 tahun ini telah mempunyai suami seorang *financial planner* bernama Mohamad Fidelio Omar. B.

Berlatar belakang pendidikan S1 Ilmu Pertanian dari Universitas Padjadjaran dan melalui beasiswa penuh, Vina Muliana melanjutkan jenjang Magisternya dengan mengambil jurusan S2 *Marketing Communication* di London School of Public Relation (LSPR). Tampilan Vina memang terlihat percaya diri di depan kamera, ditambah lagi Vina pernah berkarier sebagai reporter bisnis selama 3,5 tahun, membuat dia belajar banyak hal yang berkaitan dengan komunikasi dan public speaking. Atas semua pengalaman dan pencapaian Vina selama ini, Vina diganjar penghargaan pada kategori *Best of Learning and Education* pada Tik Tok Awards Indonesia 2021. Dia juga berada di Daftar Forbes 30 Under 30 Asia.



Gambar 4.1. Profil Media Sosial TikTok @vmuliana
 (Sumber : Akun TikTok @vmuliana)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Statistik dan Penelitian di Universitas Islam Sumatera Utara
- Statistik dan Penelitian di Universitas Islam Sumatera Utara
- Statistik dan Penelitian di Universitas Islam Sumatera Utara
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konten kreator @vmuliana memulai membuat konten Tik Tok pada tanggal 24 Februari 2021 dengan judul video “*a day in my life BUMN Hustle*” video ini sukses menarik penonton dengan jumlah views mencapai 534,3 ribu, 2178 comments, dan likes mencapai 65,8 ribu. Menjadi *content creator* media sosial Tik Tok, Vina Muliana rutin mengupload konten konten edukatif yang banyak di apresiasi oleh pengikutnya. Hingga pada tanggal 10 Desember 2023 jumlah konten yang telah di upload berjumlah 531 konten, jumlah pengikut akun @vmuliana mencapai 8,3 juta pengikut dan jumlah total likes sebanyak 189,6 juta likes.

Vina Muliana menyebut bahwa hal yang menjadi pendorong nya dalam memulai menjadi *content creator* edukasi pada media sosial Tik Tok dimulai saat masa pandemi. Saat itu, Vina mencoba mencari cara untuk menghibur diri sendiri dan mencari kesibukan dikala masa pandemi. Saat Vina mengunduh Tik Tok pertama kalinya, di akun yang dia buat itu kemudian Vina melihat berseliweran keluh kesah para warganet tentang dunia kerja, mulai dari sulitnya mencari lowongan pekerjaan, menembus tahap interview hingga beratnya beban kerja. Seketika terbesit keinginan Vina untuk menciptakan sebuah konten yang solutif terkait permasalahan itu. Kemudian Vina pun mencoba membuat video yang menjawab permasalahan tentang dunia kerja dengan mengambil referensi dari pengalaman pribadi hingga referensi lainnya. Meskipun dibuat dengan peralatan dan fasilitas yang sederhana, video konten Vina di akun Tik Toknya mendapat tanggapan positif oleh warganet Tik Tok. Sepekan setelah video konten diunggah, videonya langsung populer.

Saat ini (per tanggal 27 April 2024), akun @vmuliana telah memiliki jumlah *follower* (pengikut) mencapai 8,9 Juta orang dengan keseluruhan *likes* (suka) yang mencapai angka 212,7 Juta. Sementara itu hanya 139 akun yang ia ikuti. Akun ini telah membagikan sebanyak 534 video unggahan. Bio dalam akunnya tertulis “Bantu kamu soal karier & BUMN” serta “*Any inquiries? click*”. Ia juga menyelipkan link berisi keterangan tentang Vina Muliana, informasi kerjasama.

Tanda centang verifikasi yang berada di sebelah nama pemilik akun TikTok @vmuliana menunjukkan bahwa akun tersebut sudah diakui oleh TikTok. Bahwa pada intinya verifikasi tersebut merupakan cara bagi orang untuk mengetahui jika akun terkemuka yang mereka ikuti adalah asli. Untuk halaman perorangan, nirlaba, institusi, bisnis, atau merek resmi, lencana terverifikasi ini membantu untuk membangun kepercayaan pengikut mereka dalam komunitas TikTok. Vina konsisten mengunggah lima hingga tujuh video di akun Tik Toknya setiap minggu. Selain itu, Vina juga konsisten mengangkat tema tentang karir dan BUMN pada akunnya. Muatan pesan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam hal ini, ada cukup banyak video; biasanya, video yang diunggah berisi serba-serbi curriculum vitae (CV) pelamar kerja, pertanyaan wawancara kerja dan cara menjawabnya, serta keterampilan yang diperlukan untuk kesuksesan di tempat kerja. Selain itu, video unggahan Vina Muliana juga berisi konten pesan yang memuat tema berkaitan dengan aktivitas pribadinya sehari-hari. Sesuai dengan tema tersebut, Vina Muliana kerap menyematkan judul videonya, "*Day in My Life*" dan "*Night in My Life*", untuk menunjukkan bahwa video tersebut menampilkan Vina Muliana secara pribadi melakukan aktivitas yang lebih informal. Sesuai dengan tema tersebut pula, Vina Muliana biasanya mempromosikan brand suatu produk di akhir video. Selain itu, ia juga mengunggah video di balik layar dan video *giveaway* atau pembagian hadiah pada akun TikTok miliknya.

Pencapaian Vina Muliana yang kian memuncak dengan banyak pengikut di TikTok menandakan bahwa ia mempunyai ciri khas tersendiri, salah satunya adalah *education content creator* yang fokusnya membahas tentang karier di BUMN. Vina selain mengunggah konten tentang tips berkarier di BUMN, ia juga kerap mengunggah konten-konten mengenai tips-tips ketika melamar pekerjaan. Konten yang dibuatnya mencakup pembuatan CV untuk pelamar kerja sampai dengan tips mempersiapkan wawancara kerja.

Hal ini dapat menambah nilai khusus dari seorang Vina dalam membentuk *personal branding*-nya. Pemilik nama asli Vina Andhani Muliana ini mempunyai total rata-rata penonton dengan rentang antara ribuan hingga ratusan juta penonton. Tak heran jika video yang ia bagikan masuk ke kolom *Untuk Anda/For You Page* TikTok dan mendapatkan banyak *views* dari *followers/non-followers* serta pujian berupa likes dan komentar.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian 5 tahapan yang digunakan pada metode netnografi, yaitu proses interaksi, investigasi, imersi, integrasi dan inkarnasi. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari teori Personal branding menurut Montoya, ada 6 konsep utama *personal branding* yang penulis temukan dari hasil penelitian persepsi kolom komentar warganet terhadap respon video postingan Vina Muliana. *Pertama, The Law of Specializations*. Pertanyaan-pertanyaan warganet di kolom komentar postingan video Vina mengenai tips melamar kerja memperlihatkan bahwa Vina sukses membangun *personal branding* dirinya menjadi seorang spesialisasi dalam bidangnya, yaitu dalam bidang dunia karier. *Kedua, The Law of Leadership*. komentar-komentar warganet mengenai tips melamar kerja juga dapat menunjukkan bahwa Vina telah membangun *personal branding* dan diterima sebagai sosok pemimpin dalam bidang yang menjadi domainnya.

Ketiga, The Law of Personality. Dilihat dari komentar-komentar warganet yang suka berbagi cerita atau keluh kesah kepada Vina, menunjukkan bahwa personality yang dibangun Vina mampu membuat warganet menganggap Vina sebagai teman yang baik yang membantu dan berbagi pengalaman satu sama lain. *Keempat, The Law of distinctiveness*. Komentar-komentar yang ditemukan penulis berkategori mengapresiasi Vina dan bahkan tidak adanya komentar negatif yang didapatkan oleh Vina, menunjukkan bahwa *personal branding* yang dibangun oleh Vina mampu menciptakan persepsi di warganet bahwa Vina berbeda dengan *content creator* lainnya. Sehingga perbedaan yang dimiliki oleh Vina dapat dilihat dengan positif oleh warganet.

Kelima, The Law of Goodwill. Sebuah *personal brand* akan memberikan hasil yang lebih baik dan bertahan lebih lama, jika seseorang di belakangnya dipersepsikan dengan cara yang positif. Oleh karena itu, seorang *content creator* harus menyampaikan pesan dengan hati-hati agar dapat dipersepsikan dengan baik oleh warganet. Penyampaian pesan edukasi Vina Muliana disetiap postingan video TikTok nya selalu memperoleh komentar positif, sehingga Vina sukses membangun citra yang positif di khalayak.

Keenam, The Law of Unity. Kekonsistenan Vina Muliana menjadi *content creator* edukasi dibidang dunia karier sudah sejalan dengan nilai dan perilaku seseorang di sekitarnya. *Personal branding* yang dibangun oleh Vina, mampu menciptakan interaksi antara warganet satu dengan warganet lainnya di lingkungan Vina.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



6.2 Saran

Setelah penelitian ini dilakukan, peneliti menemukan adanya beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian ini, saran tersebut ialah sebagai berikut:

6.2.1 Saran Akademis

- 1) Saran bagi akademis adalah untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai penelitian yang bermanfaat untuk memperbaiki kekurangan yang ada dalam penelitian selanjutnya.
- 2) Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi utama dalam kajian *personal branding* menurut Peter Montoya. Dalam mengkaji *personal branding* juga dapat menggunakan metode netnografi agar data yang ada dalam penelitian ini dapat dijadikan dapat menunjang seperti teori, analisis, penjabaran, hingga pembahasan yang ada sehingga penelitian ini dan penelitian selanjutnya dapat menjadi satu kesatuan penelitian yang utuh. Dengan demikian, pemahaman tentang delapan konsep utama dalam membangun *personal branding* dapat menjadi lebih terperinci dan bermakna.

6.2.2 Saran Praktis

- 1) Saran kepada Praktisi adalah setiap pengguna media sosial, terkhusus *content creator* yang ingin membentuk *personal branding*, manfaatkanlah fitur yang tersedia di media sosial seperti Tik Tok dan tentunya bangunlah brand diri sendiri dengan mengikuti perkembangan trend yang ada dengan tetap menjadi diri sendiri dengan ciri membangun khas keunikan yang menjadi pembeda dengan yang lainnya. Tidak perlu berusaha tampil sempurna, tampilah apa adanya meskipun memiliki kekurangan, karena dengan menjadi diri sendiri dari situlah masyarakat akan bisa lebih mengenal anda dengan dekat.

Saran kepada warganet pengguna media sosial Tik Tok agar bisa bijak dalam memilih konten-konten yang lebih informatif dan kreatif . hal ini dapat mempengaruhi dan menggiring persepsi masyarakat kepada *content creator* dalam media sosial Tik Tok.



DAFTAR PUSTAKA

- © Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Heriyanto, Sri Wahyuning, dan Yenny Yenny. 2019. "Body Shaming di Dunia Maya: Studi Netnografi pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika." *Promedia (Public Relation dan Media Komunikasi)* 5(1). <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/view/1624> (Desember 7, 2023).
- Heriyanto, Umar Suryadi. 2017. "Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional." *Jurnal Global & Strategis* 11(1): 15. doi:10.20473/jgs.11.1.2017.15-26.
- Heriyanto, Ina. 2019. "Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (Tik) di Daerah Terpencil."
- Heriyanto, Amanda. 2022. "Sharenting dan Privasi Anak: Studi Netnografi pada Unggahan Instagram dengan Tagar# Anakku." *Jurnal Komunikasi Global* 11(1): 1–20.
- Heriyanto. *Metode Netnografi*. Edited by Nur Asri. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2021.
- Heriyanto, Silviana Nur. 2020. "Hakikat Belajar Dan Pembelajaran." *At-Thullab : Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah* 1(2): 175. doi:10.30736/atl.v1i2.85.
- Heriyanto, Grace, Gatut Priowidodo, dan Fanny Lesmana. 2022. "Konstruksi Identitas Penggemar Boys' Love Thailand (Studi Netnografi Fujoshi dan Sudanshi Pada Facebook)." *Jurnal e-Komunikasi* 10(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/13191> (Desember 7, 2023).
- Heriyanto, Herryloveita Lady, Happy. 2023. "Analisis Personal Branding Pada Media Sosial Tiktok@ Yogayogikembar." PhD Thesis. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. <https://repository.uin-suska.ac.id/73609/> (Desember 7, 2023).
- Heriyanto, Heriyanto. 2018. "Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif." *Anuva* 2(3): 317. doi:10.14710/anuva.2.3.317-324.
- Heriyanto, Amanda Vivi, Ayu Wahyuni Solihah, dan Mohammad Shihab. 2016. "Analisis Personal Branding Fashion Blogger Diana Rikasari." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 5(3).
- Heriyanto, Dwi Ferra Lisia, dan Rizki Nurislaminingsih. "Analisis Bentuk Personal Branding Pustakawan Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Pustakawan di Kota Semarang)."



- Khasanah, Miftakhul. 2020. "Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal dalam Membangun Kesadaran Halal: Studi Netnografi." *Al-Tijary: 139–57*.
- Kristianto, Yohanes Ivan Adi, dan Hanna Nurhaqiqi. 2021. "Aplikasi Media Sosial sebagai Alat Politik Donald Trump (Netnografi Cuitan Trump di Twitter)." *JCommsci-Journal of Media and Communication Science* 4(1): 1–13.
- Nurrita, Teni. 2018. "Pengembangan Media Pembelajaran Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa." *Misykat: Jurnal Ilmu-ilmu Al-Quran, Hadist, Syari'ah dan Tarbiyah* 3(1): 171. doi:10.33511/misykat.v3n1.171.
- Oktaheriyani, Desy, M Ali Wafa, dan Shen Shadiqien. "Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok."
- Parameswari, Rinintha, Sugandha Sugandha, Agus Kusnawan, Fidellis Wato Tholok, dan Suhendar Janamarta. 2023. "The Influence of Personal Branding, Making Tiktok Videos, Product Live Streams on Purchase Decisions on the Tiktok Platform." *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis* 21(3): 190–203. doi:10.31253/pe.v21i3.2291.
- Putri, Francisca Bertha Vistika, Daniel Susilo, dan Agustinus Rusdianto Berto. 2023. "Jaringan Penularan Emosional Pada Viral Marketing: Studi Netnografi Pada Iklan Pantene." *Jurnal Representamen Vol* 9(01). <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/representamen/article/view/8390> (Desember 7, 2023).
- Rahmana, Putri Naning, Dhea Amalia Putri N, dan Rian Damariswara. 2022. "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z." *Akademika* 11(02): 401–10. doi:10.34005/akademika.v11i02.1959.
- Rianto, Puji. 2021. "Moralitas kebaikan dan kesalehan di seputar tubuh dan pakaian dalam ruang media sosial." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 19(2): 221–34.
- Rinaldi, Aditya Rizki, Dyah Mutiarin, dan Janianton Damanik. 2021. "Analisis Netnografi Sentimen Pengguna Twitter Terhadap Pembukaan Kembali Pariwisata Di Tengah Pandemi Covid-19." *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya* 6(1): 27–36.
- Sabrina, Ghea Rae, dan Nawiroh Vera. 2023. "Komentar Positif Netizen Terhadap 'Like & Share'(Studi Netnografi Akun Instagram@Filmlikeandsahre)." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3(5): 7008–18.
- Sekarwati, Ratna Ayu, Ahmad Sururi, Rakhmat Rakhmat, Miftahul Arifin, dan Arief Wibowo. 2021. "Survey of Chatbot Testing Methods on Social



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media to Measure Accuracy.” *Sisfotenika* 11(2): 172. doi:10.30700/jst.v11i2.1099.

Andawas, Hayun, Hermalia Oktaviana, Fannya Di Derdya Andawas, Muchamad Noval Zulkarnaen, dan Winni Saripah. 2022. “Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Pola Belajar Mahasiswa.” *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (Dimensi)* 2(1): 28. doi:10.32897/dimensi.v2i1.1181.

Novendawati Wahyu. “Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik Dalam Penelitian Kualitatif.”

Berlinda. “Analisis Tematik Data Kualitatif Pada Pengembangan Perangkat Pembelajaran Paradigma Pedagogi Reflektif (Ppr).”

Medina Putri. 2022. “Self Branding of Content Creator Tiktok (Studi Netnografi: Analisis Konten pada Aplikasi TikTok).” PhD Thesis. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/38464> (Desember 7, 2023).

Dian Fermina Mawati, dan Nawiroh Vera. 2020. “Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Netnografi di Akun Instagram@ prof. tjokhowie).” *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1(1): 55–69.

Dyah Arini, Pamerdi Gili Wiloso, dan Seto Herwandito. “Analisis Personal Branding Di Media Sosial.”

Awallina, Rini Darmastuti, dan George Nicholas Huwae. 2021. “Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana).” *Scriptura* 11(1): 41–52. doi:10.9744/scriptura.11.1.41-52.

Faidah, Hardianto Rahman, Sitti Rahmi, dan Angri Lismayani. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera.”

LAMPIRAN

Lampiran 1 : (koding) komentar pada konten Vina Muliana yang berjudul "CONTEKAN JAWAB INTERVIEW Fresh Graduate Pengalamannya Apa?"

Kode	Komentar	Koding
1	ka vina kalo udah nganggur 2 tahun belum ada pengalaman msh bisa daftar kerja ga sih ka <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> knp dpt kerja susah banget :(menceritakan keluh kesah sulit mendapatkan pekerjaan
2	Masih kaaaa, semangat ya! Coba banyakin ngobrol dan hangout sama temen yang udh kerja biar dapet info sama rekomendasi, jangan minder yaa kaa	memberi semangat kepada sesama <i>followers</i>
3	Masih kak, Aku nganggur 2 tahun. Terus apply freelance. Allhamdulillah diterima. Padahal aku udh tua. Dan gaada pengalaman. Allhamdulillah hrd, atasan, senior pengertian bgt. Semangat kak pasti bisa <input type="checkbox"/>	memberi semangat kepada sesama <i>followers</i>
4	masi ada lowongan ga kak <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	bertanya lowongan pekerjaan
5	Kalo dikantor aku lagi blm kak huhu. Tapi kakak bisa ke linkedin. Byk bgt freelance disitu. & kalo ada jobfair, lgsg dateng. Lgsg masukin + ngobrol sama org yg jaga boothnya kak. Jgn putus harapan <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
6	huaaa terimakasih kakaaaa, di mulai dari mana dulu yaa kak	berterima kasih atas tutorial yang dikasih untuk menjawab <i>interview</i>
7	freelance apa kak? kasih tutorialnya dong <input type="checkbox"/>	bertanya lowongan pekerjaan
8	ka mau dong spill pas di tanyain pengalaman kerja nya soalnya aku juga gt:(bertanya pengalaman Vina saat <i>interview</i>
9	masihhh, ayooo tetap semangat kakk	memberi semangat kepada sesama <i>followers</i>
10	masih, semangat	memberi semangat kepada sesama <i>followers</i>
11	terus masih dibilang freshgraduate gak kk <input type="checkbox"/>	bertanya mengenai penjelasan Vina
12	ihhh sama <input type="checkbox"/>	bertanya kepada sesama <i>followers</i>
13	sama kak	bertanya kepada sesama

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang-Undang
1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

		followers
14	coba freelance, ikut 2 seminar & pelatihan 2 yg bersertifikat <input type="checkbox"/>	memberi saran kepada sesama followers
15	@polcaraan KAKK KITA SAMA, JUNI THN INI MAU 2 THN BLM ADA PENGALAMAN SAMSEKK, EMG SESUSAH ITU CARI KERJA <input type="checkbox"/>	menceritakan keluh kesah sulit mendapatkan pekerjaan
16	Saran kak coba update cv nya ATS Friendly di instagram/tiktok @cocareer.id disana dibimbing sampai dpt kerja, alhamdulillah dpt kerja skrg berkat cocareer.id <input type="checkbox"/>	memberi saran kepada sesama followers
17	buka usaha kak, jualan. sembari nyari kerjaan lain, semangat yakkk	memberi saran kepada sesama followers
18	Ada yg pernah ditanyain kaya gini?	bertanya kepada sesama followers
19	aku udh jwab pengalaman ku dr kerja magang organisasi smpe detail, trs skrg sibuk ikut freelance wo tp ttep aja kalah sma orang dalam <input type="checkbox"/>	menceritakan keluh kesah sulit mendapatkan pekerjaan
20	Itu jelas banget kak, malah ada yang gak diterima karena melebihi persyaratan/kualifikasi perusahaan <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	menceritakan keluh kesah sulit mendapatkan pekerjaan
21	kak kalau jurusan animasi pklnya gimana?	bertanya mengenai lowongan pekerjaan
22	Kaka @vmuliana kalau buat lul usan SMA gimana kak plus ga pernah ikut organisasi kalo kaya gitu gimana cara jawabnya Kak	bertanya mengenai penjelasan Vina
23	pernah kak, jawabannya susah ya. banyak diemnya	memberi pengalaman saat di interview
24	ka vina, klo kualifikasi yg diminta berpengalaman sdgkn aku yg blm berpengalaman pgn lamar krn posisi dan jobdesk sesuai jurusan kira ² boleh ga?	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
25	Kaka gimna kerja dri hp biar menghasilkan uang saat ini aku butuh uang untuk kebutuhan anakku yg msih kecil kak <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	bertanya mengenai lowongan pekerjaan
26	ka bikinim cv buat ijazah paket	minta tolong buat CV
27	Kak vina kalo pengalaman magang boleh disebutin ga sih?	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
28	pernah pas tes interview di RS sampai	berbagi pengalaman pernah di



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

29	langsung ditanya sama 4 atasan berasa di sidang	<i>interview</i>
30	pernah kak aku jelasin pengalaman selama magang/PKL dimasa kuliah tapi kata HRD itu bukan termasuk pengalaman kerja	berbagi pengalaman pernah di <i>interview</i>
31	ini pertanyaan setiap kali interview kak	
32	kak Aku IRT . Tulisan tanganku bagus, punya laptop, prnh menguasai mapel b.inggris wktu msih sklh smpai sma. kira2 job yg ccok apa	bertanya lowongan pekerjaan
33	ka vina, ak cari kerja tp yang full time. tapi jg aku msih kuliah, rencana klo dpt fulltime mo cuti. gmn jelasinnya di cv/pas intrview?smoga di bls	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
34	kak Vina aku udh kirim CV sama surat lamaran boleh bantu liatin kak,ada yg salah kah kak. terimakasih sebelumnya.	minta mengoreksi CV
35	kak vina kalau pengalaman kerja jadi hots live dan mau jadi kerja di bank kira kira bikin cv nya gimana yah ka please bantu ka vinaa yaahh	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
36	kak vina, kalau mau bikin cv nih, pengalamannya uda kerja jadi host live kira kira bikin cv yang baguss gimanaa yaaa, please banget ka vina	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
37	Assalamualaikum, maaf kak boleh tolong bantu aku review cv untuk lulusan sma yg mau kerja magang di pt ga kak? aku punya pengalaman organisasi osis kak	minta tolong mengoreksi CV
38	non pengalaman kerja kak	menceritakan keluh kesah sulit mendapatkan pekerjaan
39	kak Vina buat contoh CV lamar magang di platform website Magenta BUMN kak.	Minta tolong tips membuat CV
40	@vmuliana Kak, Saya Pernah Waktu wawancara di Tanyain Kayak Gini. "Pekerjaan yang Kamu Lamar Harus Mencapai Target. Apakah Kamu Bisa Mencapai Target?"	berbagi pengalaman pernah di <i>interview</i>
40	sering bu dan saya ceritakan sisi internal dan	berbagi pengalaman pernah di



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

	external <input type="checkbox"/>	<i>interview</i>
41	ka kalo untuk pengalaman pkl saat sekola SMKN bisa ga ya?	minta tolong mengoreksi CV
42	klo pas pkl cm di ruang tu gmna ya? soalnya kyk g sreka gt buat diceritain	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
43	untuk smk yang magang gmna kk	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
44	pernah ka <input type="checkbox"/>	berbagi pengalaman pernah di <i>interview</i>
45	kak, kalo lulusan SMK gimana?	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
46	pernah kak...mau bgt cv aku direview kak vina huhu	minta tolong mengoreksi CV
47	kalo lulusan SMA?	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
48	gimana kalau baru lulus SMK ka?	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
49	Kaka ajarin cara buat surat lamaran kerja dan CV lulusan SMP kak,,aku belum ada pengalaman kerja tpi suka bantu keluarga jualan dan sempet menjadi pengawas UT kak..mohon bantuannya ya kak <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Minta tolong tips membuat CV
50	Kak lamaran kerja atau CV buat D3 dong	Minta tolong tips membuat CV
51	Tergantung perusahaan nya ngga sih kak? Klo dia emg minta nya pengalaman pekerjaan	bertanya mengenai penjelasan vina
52	@vmuliana Gimana Cara Jawab yang Benar ya Kak? Dulu Saya Jawabnya Kurang.	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
53	kak vinaa, review CV lagi dong <input type="checkbox"/>	Minta tolong mengoreksi CV
54	Kak kalo pas interview magang terus perusahaannya nanya "lokasi kantor beda dengan domisili kamu, jika kamu diterima apakah bersedia pindah?"	Bertanya tips menjawab saat di <i>interview</i>
55	Apakah itu ada kemungkinan diterima? Kebetulan saya jawabnya bersedia	minta tolong mengoreksi CV
56	aku pas fresh graduate kemaren setiap interview selalu di lewatin ga di tanyain pengalaman kegiatanku	berbagi pengalaman pernah di <i>interview</i>



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

57	padahal kegiatan ku semasa SMK banyak bgt, bisa ku ceritain satu satu <input type="checkbox"/>	menceritakan keluh kesah sulit mendapatkan pekerjaan
58	ga kamu tulis di cv pengalaman magangmu pas pkl? soalnya aku juga smk bingung pengalaman magang ditulis apa nggak	menceritakan keluh kesah sulit mendapatkan pekerjaan
59	ditulis dong	memberi saran kepada sesama followers
60	kak vina aku lulusan D3 keperawatan, tapi udah berhenti 4 th gara" ngurus anak, aku mau kerja lagi dan udh kirim CV tapi belum ada 1 pun panggilan ? kasih saran donk kak	menceritakan keluh kesah sulit mendapatkan pekerjaan
61	apply CASN kak. asal lulus administrasi tinggal berjuang ditest CAT. ga da yg pikirin kamu punya anak berapa berhenti kapan	memberi saran kepada sesama followers
62	KAKK TOLONG SEBUTIN JURUSAN YANG TIDAK ADA ITUNG2 NGAN NYA <input type="checkbox"/>	bertanya rekomendasi jurusan untuk kuliah
63	kak Vina info loker untuk ibu rumah tangga yg lagi hamil KK. lokasi Sumbar, Padang kak. Semoga direspond	bertanya lowongan pekerjaan
64	tunggu habis melahirkan aja kak karena perusahaan akan nanya kapan kita lahiran kan pasti udah harus cuti toh . siapa yg gnatiin kerja kita kalo baru	memberi saran kepada sesama followers
65	masuk udah cuti mereka siapin 2 pegawai dong nama nya	memberi saran kepada sesama followers
66	ok kk	
67	kak saya ga kuliah nihh gimna jawabnya <input type="checkbox"/>	bertanya mengenai penjelasan Vina
68	jawab pengalaman pas sekolah kak.	memberi saran kepada sesama followers
69	pengalaman sekolah kayaknya	memberi saran kepada sesama followers
70	iyahh sama kaya gmn ya	bertanya mengenai penjelasan Vina
71	kak vina, bisa gak sih di cv kita nulis pendidikannya sma, tapi pengalamannya waktu kuliah? Makasih kak	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
72	Saran kak coba update cv nya ATS Friendly di instagram/tiktok @cocareer.id disana	memberi saran kepada sesama followers

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta D	dibimbing sampai dpt kerja, alhamdulillah dpt kerja skrg berkat cocareer.id	
73	ka mau nanya apa ini langsung kita dm aja akunnya?	bertanya mengenai penjelasan Vina
74	iyaa kakk boleh langsung dm aja di ig atau di tiktok,, cuman kalau aku biasanya di ig nya kakk	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
75	hallo kak vina aku anak SMK Jurusan Akuntansi jadi aku pengen PKL selama 6 bulan dan aku di suruh buat CV oleh perusahaan nya dan binggukalo standard CV anak sekolah ya standar profil bio dan pengalaman organisasi yah sama skill dan interest kamu di tulis template bnyk ya di Canva	Minta tolong tips membuat CV
76	harus seperti apa semoga ka vina dapat membantu terimakasih	bertanya mengenai penjelasan Vina
77	Saran kak coba update cv nya ATS Friendly di instagram/tiktok @cocareer.id disana dibimbing sampai dpt kerja, alhamdulillah dpt kerja skrg berkat cocareer.id	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
78	makasih banyak kaa saran nya	berterima kasih kepada vina
79	misal ga ikut organisasi di kuliah tapi ikut organisasi di kampung contoh nya	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
80	karang taruna ? masukkan aja kalo tingkat kecamatan ke atas yah	bertanya kepada sesama <i>followers</i>
81	ikutnya dusun sama kelurahan	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
82	apalagi dusun saya bagian penting di situ	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
83	y GPP masukkan aja . kalo ditanya ya ceritakan kegiatan saat di organisasi tersebut	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
84	Kak kalau pengalamannya cuman pas di kkn doang gimana cara ngejelasinnya kak?	bertanya mengenai tips menjawab <i>interview</i>
85	kak Vina bantuin aku buat bikin CV untuk masuk kerja ke indomaret, lulusan SMA jurusan IPA pliss bantuin akuuu	minta bantuan untuk membuat cv
86	cari template di canva. ketik curriculum vitae ubah jadi data kamu. pendidikan dan pengalaman	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

87	halo kak @vmuliana mohon arahannya,saya lulusan SMA jurusan MIPA,dan sy baru lulus,dan sy melamar untuk pekerjaan operator produksi,dn blm ad-	meminta arahan melamar pekerjaan
88	2.pengalaman kerja,sy prnh ikut organisasi OSIS dn kepramukaan,sy juga pernah menjabat sbg ketua kls slm 3 thn dn sy prnh bantu usaha makanan sdara sy	meminta arahan melamar pekerjaan
89	Kak kalo semisal kita ada panggilan interview tapi pas di Hari H di reschedule itu biasanya berapa lama ya kalo harus ditunggu?	bertanya pengalaman <i>interview</i> kepada vina
90	yg reschedule siapa kita apa perusahaan nya? kalo kita yg reschedule mah aku sbgaivm rekruter dah ga mood, dianggap ga hdir aj udah kecuali profil	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
91	tolong banget dijawab siapapun, CV ATS itu bagian header ttp butuh dikasih foto formal gaa???	bertanya mengenai cara membuat CV
92	kalo di tanya gitu nya pas lulus SMA dan engga niatan kerja DJ kantoran melainkan kerja di cafe gitu atau retoran	bertanya mengenai hal yang dibahas oleh vina
93	gimana?	bertanya mengenai hal yang dibahas oleh vina
94	ya berarti pengalaman kamu yg berhubungan dengan food n beverages industry. kalo 0 pengalaman ya cerita aja yg organisasi kesiswaan dan saat libur kam	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
95	kamu pernah ngerjain apa misal bantu cafe temen dll kalo no pengalaman, ya kamu bilang saya blum da pengalaman Krena baru lulus, tp sy siap belajar ka	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
96	oh makasih kak semoga bermanfaat	berterima kasih
97	kk boleh review cv aku g?	minta tolong mengoreksi CV
98	kak vina boleh diajarin buat cv ga buat lamar kerja, pernah kerja jadi tukang masak di restoran dimalaysia,lulusan smk jurusan bisnis daring dan pemasaran,pernah pkl di toko bangunan	Meminta tips untuk membuat CV
99	kak pls jawab kalo baru 3 bulan kerja tp ga	bertanya mengenai cara



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

100	dapat paklaring apa tetep di tulis di cv pengalaman nya atau tidak?	membuat CV
101	kalo nulis harus siap jawab kalo ditanya kenapa cuma 3 bulan. gitu yha jadi better ga di tulis aja ya kak?	memberi saran kepada sesama <i>followers</i> bertanya mengenai cara membuat CV
102	ka vina, ak cari kerja tp yang full time. tapi jg aku msih kuliah, rencana klo dpt fulltime mo cuti. gmn jelasinnya di cv/pas intrview? smoga di up <input type="checkbox"/>	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
103	kalau aktifnya di smk bisa juga kak?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
104	Yaallah semoga ditahun ini bisa diterima kerja dan membanggakan orangtua <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	berdoa agar diterima kerja
105	Aamiin	berdoa agar diterima kerja
106	ka vinaaa <input type="checkbox"/>	menyapa Vina
107	ka klo misalkan kita selama sekola ga ikut kegiatan apa" gmn ka tolong bantu jawab <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	bertanya mengenai hal yang dibahas oleh Vina
108	info loker di PT buat tamatan smk yg msi umur 18 thun kk	bertanya lowongan pekerjaan
109	kalau aku jawab keburu belibet	menceritakan keluh kesah sulit mendapatkan pekerjaan
110	@kayla ini lo	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
111	o yo"	terima kasih kepada Vina
112	kakk gak punya ijazah s1. cuma punya transkrip nilai sampe semester 4 krn sy putus kuliah. apa bisa digunain kak?? <input type="checkbox"/>	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
113	kak vina, untuk profile yang di cv beda apa sama si ketika sudah punya pengalaman kerja & fresh graduate?	bertanya mengenai cara membuat CV
114	haloo kak apakah lulusan pake c bisa masuk di BUMN	bertanya lowongan pekerjaan di BUMN
115	Kak vina tolong masukkan nya ka. Aku kan lulusan paket C, dan aku gak ada skil dibidng apapun. Bgmana caranya untuk menggali skil aku ka?	meminta tips melamar kerja
116	nungguin ka vinaaa ke Palembang <input type="checkbox"/>	menyapa Vina
117	Mantap	memberi apresiasi kepada



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

		Vina
117	cuma bingung pas ditnya mau dapat gaji berapa..	menceritakan pengalaman <i>interview</i> nya
118	Kalo di tanya cerita hidup di mulai dari awal kuliah gitu jawabnya gimana? Pernah di tanya gini tapi agak bingung jawabnya	bertanya tips menjawab <i>interview</i>
119	fresh graduate tuh wajib cari kerja apapun itu karna untuk bekal CV nanti kedepannya bner ga kak vina	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
120	Saya kalo d tanya spontan gitu sering nya blepotan jawab, banyak euhh euhh euhh □	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
121	kak @Vina Muliana mohon arahnya, untuk ty s1 keguruan dan s2 nya manajemen apakah bisa tes cpns dgn ijazah s2? □	bertanya lowongan pekerjaan PNS
122	ka Vina. kalau lama gak kerja karena sakit trus pas lamar lgi ditanya selama ini ngapain aja, bagusnya bilang apa ya?	bertanya tips menjawab <i>interview</i>
123	kalau yg llusan SMA gmna kak □	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
124	Kak Vina, Apakah jurusan Informatika Medis bisa bekerja di BUMN??	bertanya lowongan pekerjaan BUMN
125	Tpi aslinya pas HRD liat cv kita udh ga ada pengalamn mereka ga tertarik nanya itu :)	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
126	Kalo di tanya cerita hidup di mulai dari awal kuliah gitu jawabnya gimana? Pernah di tanya gini tapi agak bingung jawabnya	bertanya tips menjawab <i>interview</i>
127	kalo baru lulus smk gimana ka jawabnya	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
128	fresh graduate tuh wajib cari kerja apapun itu karna untuk bekal CV nanti kedepannya bner ga kak vina	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
129	ka vinaa klo bikin lamaran kerja trs disuruh sertakan ekspetasi gaji gimana bikinnya kaaa? □ □	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
130	Ka @vmuliana Bahas Tentang Kip-K Kemenag Kaa □	meminta arahan kepada Vina
131	kak vina kalo mau ngelamar kerja trus di form pendaftarannya diminta tulis judul skripsi itu kegunaanya apa ya kak?	bertanya syarat melamar pekerjaan



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

132	kak plis jawab cara nego gaji sama hrd	meminta arahan Vina
133	Kak kalo mau beasiswa utk S2 di dalam negeri nyarinya dimana ka?	bertanya beasiswa kuliah
134	kak kalau pernah jadi asisten dosen bisa dicantumin di cv ga?	bertanya mengenai cara membuat CV
135	Ka Vina aku masih fresh graduate minta tolong cek CV ku kak	minta tolong mengoreksi CV
136	kalo misal jualan & narik ojek online boleh diceritain ga ka, mau cerita gitu takut malah jadi boomerang <input type="checkbox"/>	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
137	kak kalo ditanya ekspektasi gaji, jwbnya gmn ya?:"	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
138	Gua Kalau dh Wisuda dan lamar jadi guru, ditanyain bgini klau jawab dh pernah Turun PLP 1, PLP 2, PPL bisa g ya <input type="checkbox"/>	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
139	Ka vin hadir komen ke 366, sama kaya tahun ini kabisat 366 <input type="checkbox"/>	menyapa Vina
140	@pancafebri mari kita belajar dengan postingan mbak vina <input type="checkbox"/>	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
141	kalo lulus sma kak?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
142	klo ga kuliah gmna ka?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
143	kalu lulus SMA gimna ka	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
144	Ka jurusan administrasi publik, banyak peluang kerjanya ngak Ka?	bertanya peluang lowongan pekerjaan
145	aku boong lagi sibuk jadi guru ngaji <input type="checkbox"/> pdhl ngaji aja jarang wkwk	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
146	kak plisss jawab ya kalo nggak aku ngambek. kak gimn kalo d tanya pengalaman sedangkan kita fresh graduate tapi lulus udah lama	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
147	kak ada nggak sih freelance buat anak sekolah tapi belum punya KTP?	bertanya lowongan freelance
148	kak Vina, d3 administrasi bisnis peluang kerjanya luas nggak sih?	bertanya peluang lowongan pekerjaan
149	ka vinaaaa peluang kerja manajemen ritel apa aja ya?	bertanya peluang lowongan pekerjaan



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

150	kak gmn sih yg harus dilakukan pas udah masuk magang, ini ceritanya buat pertama kali magang pas msh kuliah, pliss takott dimarahii <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	bertanya mengenai magang
151	kalo di tanya kekurangan kelebihan itu gimana kak <input type="checkbox"/>	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
152	Untungnya semasa SMA dan kuliah banyak kesibukan entah nyibukin diri biar gk di suruh tidur siang <input type="checkbox"/>	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
153	the best sih	memberi apresiasi
154	kak Vina bole ajarin ga gimana cara buat cv untuk freelance copywriter <input type="checkbox"/>	meminta diajarkan membuat CV
155	kak Vina gimana caranya biar bisa ngomong selancar itu?	bertanya mengenai hal yang dibahas oleh Vina
156	kak vina aku pengen share pengalaman terburuk aku selama mencari kerja udah aku tulis panjang tapi ga ke kirim ke kak vina <input type="checkbox"/>	berbagi keluar kesah saat melamar pekerjaan
157	gw jurusan TI, mahasiswa kupu ² tpi klau pakai pengalaman ikut MSIB stupen dan KPPS tahun ini bisa gk? wkkw	bertanya mengenai hal yang dibahas vina
158	Kak Vina boleh bantu revisi cv saya gak ya? <input type="checkbox"/>	meminta tolong koreksi CV
159	ka Vina ,kalau aku gabung sama kak Vina bisa ngak yaa <input type="checkbox"/>	meminta arahan melamar kerja kepada Vina
160	Ka vina pengen bantu review cv akuu:((meminta tolong revisi CV
161	kka ada loker gh	bertanya lowongan pekerjaan
162	kaa tanggal 22 aku interview,, deg deg ann <input type="checkbox"/>	memberi tahu akan ikut tes <i>interview</i>
163	kalo abis lulus sekolah gmna kak <input type="checkbox"/>	bertanya mengenai hal yang dibahas vina
164	kak Vina buat jurusan kehutanan banyak enggak prospek kerjanya?	bertanya peluang lowongan pekerjaan
165	ipad nya kebalik??	
166	Flash back waktu lamar kerja <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	memberi tahu pernah mengalami hal itu
167	ka kalo self interpreneur/usaha sendiri bisa cantumin di cv ga?kalo bisa aku mau tambahin juga sama pengalaman organisasi	bertanya tips membuat CV
168	aku pernah ditanya ttg pengalaman terluca,	memberi saran kepada sesama



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagai atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak	yaaa aku jawab aja kalo aku pernah dikejar emak ² Pake sapu wkwwkw	<i>followers</i>
169	Klo emg ga ljt kuliah d gnti jwb an ap kak?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
170	waktu dtanya kaya gini,sya jawab pengalamannya ikut organisasi □□	berbagi pengalaman saat di <i>interview</i>
171	kak bikin CV untuk anak kesehatan farmasi	minta bantuan buat CV anak farmasi
172	klo prnh ikut magang bisa disebut pengalaman kerja juga kan kak?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
173	pengalaman pkl bisa kak?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
174	klo fresh graduate tp gk punya pengalaman organisasi jwb nya gimana kak Vin?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
175	kak kerja ke korea lewat lpk apa □	bertanya lowongan pekerjaan
176	kak pngn krja freelance □	bertanya lowongan <i>freelance</i>
177	@jodohmu hmmm	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
178	kak vina.. aku kemarin wawancara hrd, ditanya gini "kalau kamu tidak lolos, menurutmu apa penyebabnya?" itu brarti aku ngga lolos benern kah kak? □	menceritakan pengalaman saat di <i>interview</i>
179	kak mau nanyak	ingin bertanya
180	□ tim yg pas kuliah cmn kupu2 □	menceritakan pengalaman
181	maaf Kak Vina ,dari BUMN ada ga program buat mahasiswa semester awal?	bertanya lowongan pekerjaan BUMN
182	kak liatin cv ku	minta tolong koreksi CV
183	kak kalau pengalaman PKL di bank bagian pelayanan gimna kak?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
184	Halo kak vina, boleh minta contohin gak cara isi kolom surat lamaran saat kita apply cv di jobstreet kak? Mohon bantuannya kak □□	bertanya cara membuat CV
185	Kak bahas jurusan pariwisata	bertanya jurusan kuliah
186	Kaka @vmuliana kalau buat lulusan SMA gimana kak plus ga pernah ikut organisasi kalo kaya gitu gimana cara jawabnya Kak	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
187	kak klau orang punya keterbatasan fisik bisa diterima nga sii kak? rata ² semua pekerjaan dilihat dari fisiknya (semoga dibls) □□	bertanya syarat melamar pekerjaan



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

188	sibuk bernafas kak dan menjalani hidup	memberi pengalaman saat di <i>interview</i>
189	ka aku pengen daftar di BUMN tapi lulusan SMA, interview nya apa aja ya ka kira" terus pekerjaan nyaa nanti bakal gimana aja ?	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
190	ka vina aku baru lulus SMA, Kira kira bisa ga si daftar CPNS? sebelumnya pernah kerja beberapa bulan si ka	bertanya lowongan pekerjaan PNS
191	alhamdulillah udah nemu freelance yg mudah <input type="checkbox"/>	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
192	kakak pinter banget coba bahas soal debat capres semalem <input type="checkbox"/>	apresiasi Vina
193	kak kalo udah ada akun ssscasn apa kalo mau daftar lagi di tahun ini buat akun lagi apa gimana kak?	bertanya lowongan pekerjaan PNS
194	kak apakah ada lowongan kerja untuk lulusan SMK?	bertanya lowongan pekerjaan
195	Kak Saya kan Anak SMK Suka desain desain apakah Bisa Dijual ?	bertanya lowongan pekerjaan
196	kak gimana jelasin pengalaman sering ikut penelitian bareng dosen trus sering bantu ngurusin data	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
197	kak di luar negeri ada ga ya yang persyaratannya ga harus SMK atau S1? ada ga ka	bertanya lowongan pekerjaan luar negeri
198	Ka kalau lulusan S2 jawabnya kaya gmna?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
199	kak Vina, tolong bantu cek CV ku .. aku belum ada panggilan kerja kak <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	minta tolong koreksi CV
200	kak, cara buat cv buat pkl jurusan dkv	minta bantuan cara membuat CV
201	Kak kl lulusan pesantren gmna kak? Maaf kak minta jawabannya <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
202	Pengn bnget CV saya di review ka, sudah lebih dari 200 lamaran hanya 6% yang di terima dan interview, dan skrng pun masih aktif lamar ²	minta tolong koreksi CV
203	kak cara buat resume untuk magang yang baik gimana ya?	bertanya cara buat resume magang



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

204	KAKK VINA, kak vina milih capres siapa? keppooo	
205	kak kalau saya cumn ada pengalaman kerja 1x dan udh kerja slma 7 thun, jdi jelasinnya gimna	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
206	kak Vina apa ada kerja untuk SMP? untuk hari Minggu mah saptu dari pada bengong	bertanya lowongan pekerjaan lulusan SMP
207	ka vina minggu depan aku mau sidang pkl, tp aku masih bingung cara bikin ppt nya	bercerita keluh kesah
208	kak beri rekomendasi loker untuk SMK jurusan tbsm <input type="checkbox"/>	bertanya lowongan pekerjaan lulusan SMK
209	Ka vina,,rekomend pekerjaan buat wanita usia 38,,tapi yg bisa dikerjakan di rmh hanya melalui hp android ,,Terimakasih semoga kk sehat sllu Aamiin	bertanya lowongan pekerjaan
210	cakepp!!	memuji Vina
211	Kakkk kami msh nunggu vt cara apply di upwork <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	bertanya tips melamar pekerjaan
212	kak, aku apply loker dan perusahaan nya minta file nya itu di scan dan dalm bentuk pdf,apakah surat lamaran ny diketik atau tulis tangan kak?	bertanya syarat melamar pekerjaan
213	mba Vina klo interview krj d tanya kenapa resign, padahal kita kena layoff gmn jawabnya ya? tar d blg gak kompeten Krn d phk	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
214	Halo kk	menyapa Vina
215	kak vina bantuin rekomendasi buat yg sekolah nya cuman tamatan SD kak <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	bertanya lowongan pekerjaan lulusan SD
216	HDR kak	
217	trs yg ga kuliah gimana?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
218	kak vinaa plss tolong bantuin cek cv ak <input type="checkbox"/> menurut ak sih dha bagus, tapi ga tau menurut hrd <input type="checkbox"/>	minta koreksi CV
219	kak vinaa plss tolong bantuin cek cv ak <input type="checkbox"/> menurut ak sih dha bagus, tapi ga tau menurut hrd <input type="checkbox"/>	minta koreksi CV
220	Ka Vina, kalo kita ngehubungin rekruter	meminta arahan melamar



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

	terkait kelanjutan proses rekrutmen boleh ga sih? Sering banget udh ngisi form, tapi gada kabar lanjutan <input type="checkbox"/>	kerja
221	klo baru lulus SMK gimana <input type="checkbox"/>	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
222	ka ada ga kerjaan sampingan dirumah aja untuk yang masih pelajar ?	bertanya kerja sampingan untuk pelajar
223	Klo bilang magang gitu kak bisa?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
224	kak cara buat CV pkl kaya gmna ya..	bertanya cara membuat CV
225	Ka Vina bagi tips biar gk takut buat merantau?	bertanya tips kepada Vina
226	kak saya sudah lamar di beberapa tempat tapi gaada panggilan kak, bisa tolong review cvku gak kak <input type="checkbox"/>	minta <i>review</i> CV
227	kak ada gasih kerjaan buat plajar gajiny 3jt ann dari hp	bertanya kerja sampingan untuk pelajar
228	Kak vina kemarin aku baru lulus PPPK, cara memperkenalkan diri yang baik urutannya bagaimana ya kak?	bertanya cara perkenalan diri
229	kak kalo habis ngisi gform lamaran kerja di perusahaan, habis itu perlu konfirmasi ke email atau gmn ya kak ?	bertanya syarat melamar pekerjaan
230	bantu cek CV aku kakak <input type="checkbox"/>	minta <i>review</i> CV
231	ka mau tanya, kalo di tanya pemintan kerja itu contoh jawabnya gmn ya ka? aku baru lulus soalnya, bingung mau jawab apa <input type="checkbox"/>	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
232	kak vina maaf aku gada ijazah, biasa kerja partime hotel pake ktp, gmn mau kerja ka klo di interview kaya gitu <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
233	ka @vmuliana aku dpt undangan interview udh konfirmasi ke rekruter juga trs rekruternya bilang "hari jumat jam 10 ya mb,tpi sampe skrng ngga interview"	menceritakan keluhan kesah
234	kak Vina tolong bantu cek CV ku kak, aku udah beberapa reply loker tapi belum dapet panggilan <input type="checkbox"/>	minta <i>review</i> CV
235	Ka, saya mahasiswa semester akhir tetapi sangat tertarik ikut CPNS, menurut kakak lebih baik daftar sekarang pakai ijazah SMA	meminta saran Vina untuk melamar pekerjaan



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

	atau tunggu tamat S1?	
236	Kak sya org lampung butuh loker S1, udh paleng nyari ksna kemari please bantu □□	bertanya lowongan pekerjaan
237	Kak menurut kaka gimana gak diterima karena melebihi syarat atau kualifikasi sebuah posisi? @Vina Muliana	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
238	kak, kalo cara nolak/minta reschedule panggilan interview gimana ya? terima kasih	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
239	kak Vina tolong liat CV aku juga kak□, aku freshgraduate udah meng apply ke bbrp tempat blm di panggil interview juga	minta <i>review</i> CV
240	ka vina, bantu cek cv ku plis□ aku freshgraduate tp mau cari magang susah bgt	minta <i>review</i> CV
241	ka tolong cek cv aku ka□	minta <i>review</i> CV
242	kalo disekolah gapernah ikut organisasi atau extra gitu ,cuma npc., gimana jawabnya□	bertanya mengenai hal yang dibahas vina
243	klo SMA gman?? kak, aku gk pernah ikut apa apa wkwk□. pas aku interview di tanya gitu aku mahalah jawab, jaga ade □□□□	memberi pengalaman saat di <i>interview</i>
244	Kak vina, bagaimana cara menyampaikan dengan baik bahwa kita tidak siap mutasi ke cabang lain dikarenakan alasan keluarga??	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
245	kk mau tanya klo lulus SMA trs nikah tapi masi mau lnjt kuliah pas udh selesai nikah apa masi bisa dan jurusan ap aj yang bisa kita ambil	meminta saran jurusan untuk kuliah
246	nah loh ... kaget□	apresiasi Vina
247	kalo jawab nya buat fresh graduate tentang pengalaman pkl gimana ka vina apa boleh?	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
248	ka Vina pekerjaan untuk yg baru lulus smk apa ya ka,aku mau cri kerja smbil nunggu msuk kuliah...	bertanya lowongan pekerjaan
249	kak vina, cara bikin cv buat lulusan smk jurusan teknik tapi ga aktif organisasi gimana ya, plis kak help aku bentar lagi luluss□	bertanya cara membuat CV
250	sudah lamar ke anak perusahaan bumh, fresh graduate pengalaman IT support freelance, ditolak karena alasannya masih bisa punya pekerjaan freelance □	menceritakan keluh kesah saat melamar pekerjaan



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

251	Kak Vina, kalo kita udah kerja slama 10 tahun di tempat yg sama. klo interview di tempat lain: knapa baru skrg ingin pindah stelah lama bgt di tempat lama? bagusnya jwb gmna ya, kak?	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
252	masih bingung sama bikin cv kak :((aku lulusan smk aja, bingung mau isi apa di cv, g ada pengalaman kerja, g ada pengalaman organisasi juga :((bertanya cara membuat CV
253	kalau baru lulus SMK gmn kk	bertanya mengenai hal yang dibahas vina
254	untuk cara bikin profil di CV tpi bisa untuk apply f&b, admin dan lain-lainnya gmn ya ka?	bertanya cara membuat CV
255	kak vina, gimana cara jawab kalo kita masih kerja di perusahaan lama, tapi sedang interview di perusahaan baru ? bantu ya kak	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
256	sastra inggris masuk apa ka?	bertanya lowongan pekerjaan
257	ka bikin cv lulus sma jurusan ipa gmna	bertanya cara membuat CV
258	kak ternyata orang Lampung ya <input type="checkbox"/>	menyapa Vina
259	kkk Vina mohon donh mmm <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	menyapa Vina
260	kalau nyantumin project kkn bisa juga ga kak?	bertanya mengenai hal yang dibahas vina
261	kak kalo interview pertama ga ada 5 menit itu artinya apa??	bertanya mengenai hal yang dibahas vina
262	tips nya la @dhurotull	
263	kak wawancara untuk funding perbankan	menceritakan keluh kesah
264	hai ka	menyapa Vina
265	kk vina apakah jurusan ilmu kelautan,memiliki peluang kerja yg luas?	bertanya peluang lowongan pekerjaan
266	ka knp 30++ ssh dpt krja ?? <input type="checkbox"/>	
267	kalo pengalaman pkl gmna kak?	bertanya mengenai hal yang dibahas vina
268	@Odon1312 @donirahmadani1312	mengajak teman menonton video tips dari Vina
269	@ini malbok bukan apan.	mengajak teman menonton video tips dari Vina
270	@dek_triii <input type="checkbox"/>	mengajak teman menonton video tips dari Vina



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

271	@ferasaid02	mengajak teman menonton video tips dari Vina
272	@Bawang Belic	mengajak teman menonton video tips dari Vina
273	@	mengajak teman menonton video tips dari Vina
274	@abln	mengajak teman menonton video tips dari Vina
275	@Ry	mengajak teman menonton video tips dari Vina
276		apresiasi Vina
277		apresiasi Vina
278		apresiasi Vina
279	@	mengajak teman menonton video tips dari Vina
280	@	mengajak teman menonton video tips dari Vina
281		apresiasi Vina
282		apresiasi Vina
283		apresiasi Vina
284	kak aku freshgraduate aku udah apply lamaran kmna mna kenapa blum ada panggilan samsek ya emang belum rezekinya atau kesalahan sm CVnya	menceritakan keluh kesah
285	kalo yang ga kuliah gimna jawab ya	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
286	kak saya ga pernah ikut organisasi, trs gimana?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
287	kalo pengalaman PKL bisa di sebut juga kan kak?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
288	ka mau tanya kalo interview nya di tanya "apa saudara pernah mempunyai penyakit parah? kapan & jelaskan" tp saya tdk mempunyai pykt	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
289	Rata2 Diloker Tertulis Pengalaman Kerja Harus Sekian Tahun. Lah Gimana???	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
290	kalo baru lulus smk mau cari kerja kalau di tanyain seperti itu apakah boleh jawab Pernah PKL di smk dlu soal nya belum	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

	pernah ikut organisasi di sklh	
291	kak, aku ada matkul praktek interview gt, tnp intruksi spesifik. jd ku buat cv ats+cover letter, nah dosenku ngomen katanya 2 itu gbsa dipake buat —	menceritakan keluhan kesah
292	fresh graduate, soalnya cv harus dibuat menarik (desain gt) sama harus pk lamaran kerja pd umumnya, kalo yg 2 itu cm buat yg berpengalaman iya kah?	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
293	Hallo Kak Vina! □□□ minta saran dong kalau memang aslinya belum fasih english, baiknya di CV tulis indo aja atau tetep tulis english ? Dan	bertanya cara membuat CV
294	Seberapa besar peluangnya untuk cv yg bertuliskan bahasa, terima kasih Kak @Vina Muliana □□	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
295	Kak vinaa kok aku gapernah dipanggil yah , padahal body email aku udh ngikutin yg kaka kasih tau , apa cv aku salah yah□□□ saran dong kaaaa pliss	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
296	ka saya masih bingung nih ka mau masuk teknik industri atau teknologi pangan kasih saran dong ka	bertanya rekomendasi jurusan kuliah
297	kak mau tanya dong , kalau kita mau kerja diluar apa harus kita bisa bahsa luar ya kak tolong jawab make vt ya kak	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
298	a,b,c itu apa. bilang gitu kak hrdnya gmn dong	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
299	IRT pas ngelamar kerja di tanya kesibukan kamu sekarang ap? nnti aq jawab, jdi koki, tkng laundry, guru privat, babysister□	menceritakan pengalaman saat di <i>interview</i>
300	kak Vina, misal kita gk ada pengalaman kerja tapi pernah pkl di CU itu gimana ya kak. Kasih tips dong kak	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
301	pengalaman magang jadi panitia kegiatan termasuk dong?	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
302	saat kamu magang cari tempat magang yg sesuai, jadi ini bisa diceritakan sebagai pengalaman yah	memberi saran kepada sesama <i>followers</i>
303	Kak vina bantuin aku juga dong pas	bertanya tips menjawab



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

304	diwawancara osis dong jangan yg kerja terus <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> pliss	pertanyaan <i>interview</i>
305	perempuan umur 32 tahun masih bisa lamar kerja engga kak? luluasan D3 akuntansi , soalnya habis kontrak mau lamar kerja baru lagi	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
306	kak tolong bantuin cari tempat pkl dong	bertanya lowongan PKL
307	hi ka vina riview cv lagi dong <input type="checkbox"/>	minta <i>review CV</i>
308	kaka rekomendasi dong cara milih jurusan kuliah buat berbisnis nanti nya	minta rekomendasi jurusan kuliah
309	Info lokernyaaa dong	bertanya lowongan pekerjaan
310	Kak Tolong dong Buat Contoh CV Tulis Tangga yg Baik <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	bertanya cara membuat CV
311	kak, bahas soal cpa affiliate marketing dong	bertanya arahan Vina
312	kak Vina saya besok mau presentasi magang ini bantuin dong gimana cara presentasi yang bagus <input type="checkbox"/>	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
313	kaa minta loker dong, cape kak udh 1 tahun nganggur <input type="checkbox"/>	bertanya lowongan pekerjaan
314	kak @vmuliana review CV aku dong kak <input type="checkbox"/>	minta <i>review CV</i>
315	kak, saran magang buat anak pwk dong	minta rekomendasi lowongan magang
316	kak contohin dong Jawab wawancara pake bahasa Malaysia <input type="checkbox"/>	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
317	kak review CV lagi dong <input type="checkbox"/>	minta <i>review CV</i>
318	Kak lamaran kerja atau CV buat D3 dong	bertanya cara membuat CV
319	ka pertanyaan interview dengan hr manager dong	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
320	kak Vina, bantu aku dong .. bisa gak buatin contoh surat lamaran untuk ngelamar jadi PTT	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
321	kak tolong bantu ngerjain tugas buat CV dong <input type="checkbox"/>	bertanya cara membuat CV
322	kak,, jurusan fisika dong.. prospek kerja apa aja yang dapat di ambil kedepannya, dan kalo semisal fisikawan radiasi itu dasar nya apa aja	bertanya pendapat tentang prospek kerja jurusan fisika
322	pengalaman saya kerja kelompok dan kerja bakti Bu sebelumnya , kedua hal itu menjadi	memberi pengalaman saat di <i>interview</i>



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang 323	rutinitas setiap bulannya dmna saya menjadi ketua di dalamnya □	
324	kaa @vmuliana gimana caranya untuk melaporkan atau meminta hak kita yg belum dibayarkan oleh perusahaan yaa kak? padahal sudah ada kontraknya□□□	cerita keluh kesah
325	halooo kak, spill dong aplikasi untuk melamar pekerjaan	bertanya lowongan pekerjaan
326	kak info loker freelance yang terpercaya dong soalnya takut kena tipu dan saya masih pelajar juga kak biar gak jadi beban ortu juga	bertanya lowongan <i>freelance</i>
327	kak vina, aku kan dah lolos untuk posisi video editor part time gitu, tapi waktu offering tb ² posisiku di ganti internship gitu ka jadi aku aga syok juga □, klo ky gitu gmn y ka?	bertanya mengenai syarat melamar pekerjaan
328	ka Vina pengen kerja yg langsung kerja dong cape bgt nyari loker kemana ² belum ada yg ke apply	menceritakan keluh kesah
329	kak minta pekerjaan dong□	bertanya lowongan pekerjaan
330	kak freelance buat anak smp dong	bertanya lowongan <i>freelance</i>
331	kak Vina bantu spill loker yg gaad syarat Tinggi badan dong	bertanya lowongan pekerjaan
332	kak kalo lulusan SMA gimana kak? soalnya kan kalo d SMA gaada pengalaman mangang kak	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
333	ka vina mau nanya dong, kalo sudah publish jurnal, di cv disimpan dimana ya?	bertanya cara membuat CV
334	kak Vina bahas jurusan Rekam Medic dong	bertanya jurusan kuliah
335	kak kalo misal interview di tempat baru tapi posisi masih kerja di tempat lama trs kita ditanya pengalaman kerja jawabnya gimana kak □□	bertanya tips menjawab pertanyaan <i>interview</i>
336	kak tolong dong, gimana caranya presentasi kurva buat pertama kalinya di sekolah tolong dong kak	bertanya tips presentasi
337	kak bantu liat CV ku dong soal nya udah lamar kemana mana tpi belum ada panggilan sama sekali □	minta <i>review</i> CV
337	sapa dong ka vina□	menyapa Vina



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

338	I'm hot! ☐	memuji diri sendiri
339	@H... semoga istiqamah kak	mengajak teman menonton video tips dari Vina apresiasi Vina
340	Kak, aku udah 6 tahun jadi marketing di salah satu fast food di Bandung dan sekarang masih kuliah juga di semester 6, ingin pindah dari tempat ini.	menceritakan keluh kesah
341	kkk bantu kk aku dong kk ngelamar kerja dia lulusan jurusan manajemen	bertanya lowongan pekerjaan
342	mahasiswa kupu2 gmn jawabnya ☐	bertanya mengenai hal yang dibahas Vina
343	aku ada freelance gratis, mau join ga? nanti aku ajarin sampe bisa dm aku di Tiktok	memberi saran kepada sesama followers
344	assalamu'alaikum wr wb kak Vina. perkanalan nama saya annas, kak boleh curhat nggak tentang pekerjaan saya kak, dan minta pendapat. please di dm ya k	menyapa Vina
345	YUUKK JOKIIN AJA TUGASS" & SKRIPSINYAAA ☐☐☐	bertanya kepada sesama followers
346	@p☐ochrypt☐☐☐☐	mengajak teman menonton video tips dari Vina
347	ka vinaaa kalo sedang kuliah mau lamar krja bagusnya diCV cantumin sedang kuliah atau engga ya?soalnya cantumin blm ada panggilan"huhuhu	bertanya cara membuat CV