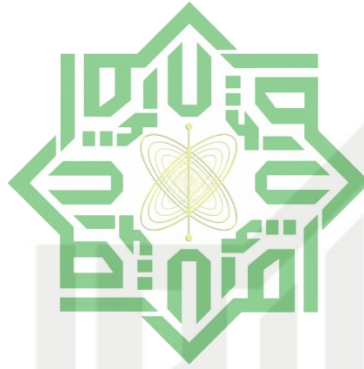




STUDI NETNOGRAFI TERHADAP USER GENERATED CONTENT @VMULIANA  
PADA PLATFORM SOSIAL MEDIA TIKTOK

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi Sebagai  
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S.1)  
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

MEFINDRA ADE WARDANI  
NIM. 12040323189

UIN SUSKA RIAU

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU

2024

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Diararang 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.



**"STUDI NETNOGRAFI TERHADAP USER GENERATED CONTENT  
 ©@VMULIANA PADA PLATFORM SOSIAL MEDIA TIKTOK**

**Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disusun oleh :

**Mefindra Ade Wardani**  
 NIM : 12030423189

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 01 juli 2024

**Pembimbing,**

**Assyari Abdullah., S.Sos., M.I.Kom**  
 NIP. 19860510 202321 1 026

Mengetahui  
 Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

UIN SUSKA RIAU



**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 : Mefindra Ade Wardani  
 NIM : 12040323189  
 Judul : Studi Netnografi Terhadap User Generated Content @vmuliana pada platform sosial media TikTok

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

Hari : Rabu  
 Tanggal : 10 Juli 2024

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

Pekanbaru, 10 Juli 2024

Dekan,



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

**Tim Penguji**

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ :Penguji II,

Mardhiah Rubani, S.Ag., M. Si  
 NIP.19790302 200701 2 023

Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom  
 NIP.19860510 202321 1 026

Penguji III,

Penguji IV,

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

Suardi, S.Sos., M. I.Kom  
 NIP. 19780912 201411 1 003

State Islamic University of 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.



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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : MEFindra ade wardani  
 NIM : 12040323189  
 Tgl. Lahir : Kota Lama , 02 November 2001  
 Penerimaan : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
 Prodi : Ilmu Komunikasi  
 Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

STUDI NETNOGRAFI TERHADAP USER GENERATED CONTENT  
 @VAMULIANA PADA PLATFORM SOSIAL MEDIA TIKTOK

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila 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, 16 Juli 2023  
 Yang membuat pernyataan



MEFindra Ade Wardani  
 NIM : 12040323189

\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Diarangi 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



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.

**ABSTRACT**

**Name** : Mefindra Ade Wardani  
**Study program** : *Communication Studies*  
**Title** : *Netnographic Study of User Generated Content @vmuliana on the TikTok Social Media Platform.*

*This research is motivated by the viral popularity of the TikTok account @vmuliana, which provides tips for answering job interviews, helps create CVs, and offers information about the world of work and careers. Consequently, many users continually seek out Vina Muliana to gain more knowledge, indirectly shaping cultural patterns and interactions within community conversations around the content she produces. This study aims to analyze user interactions and behaviors, as well as communication patterns that emerge around the content generated by the @vmuliana account on TikTok. In the rapidly evolving digital era, social media has become a crucial platform for understanding the social and cultural dynamics of society. The research method used is netnography. Data were collected through data scraping and documentation, as well as participatory observation and in-depth analysis of comments on @vmuliana's posts. This process involves scraping data to obtain relevant user content and then processing it to uncover hidden patterns. The results show that user-generated content from @vmuliana not only reflects individual preferences and behaviors but also shapes and is influenced by the broader norms and values of the online community. These findings provide deep insights into how TikTok users interact with content and with each other, and how identity and community are formed within the platform.*

**Keywords:** *netnography, user-generated content, TikTok.*

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.

## KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur kita panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas nikmat dan karunianya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam tak lupa kami lantunkan kepada baginda Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa zaman jahiliyah menuju zaman yang terangbenderang seperti saat ini. Alhamdulillahirobbil 'alamin setelah penulis melewati waktu yang cukup panjang ini, dengan izin Allah, penulis berhasil menyelesaikan penelitian ini dalam skripsi yang berjudul “Studi Netnografi Terhadap *User Generated Content* @vmuliana pada platform sosial media TikTok”.

Adapun yang menjadi tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas serta untuk melengkapi syarat-syarat dalam mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dalam mensukseskan penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak untuk itu pada kesempatan ini peneliti ingin memberikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada, secara khusus ucapan terimakasih yang tak terhingga peneliti haturkan kepada kedua orangtua peneliti, yakni ayahanda Sutikno dan ibunda Suciati yang telah bekerja keras tanpa kenal lelah membiayai kuliah peneliti, memberikan dukungan, semangat, kasih dan sayangnya serta do`a dari ayahanda dan ibunda menjadi kekuatan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Peneliti ucapkan terimakasih telah memberikan motivasi serta mendoakan peneliti hingga sampai saat ini, selain itu peneliti ingin berterima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag., Wakil Rektor I Ibu Dr. Hj. Helmiati,

#### 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

1. M.Ag. Wakil Rektor II Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd. Wakil rektor III Bapak Edi Erwan, S.Pt.,M.Sc.,Ph.D.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si, Dr. H. Arwan, M.Ag, selaku Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Kepada Penasehat Akademik, Ibu Mardiah Ribani, S.Ag., M.Si yang telah memberikan saran bagi kelancaran perkuliahan.
6. Kepada Dosen Pembimbing Skripsi, Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom yang telah memberikan bimbingan, arahan serta bantuan pemikiran dan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada seluruh dosen program studi ilmu komunikasi, fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis selama melakukan pendidikan.
8. Terimakasih kepada seluruh keluarga besar kakak, abang, adik dan dan ponakan-ponakan saya yang telah banyak memberikan perhatian kepada peneliti dalam menyelesaikan studi pendidikam ini.
9. Terimakasih kepada Almh.Ayu setia ningsih terima kasih semasa hidup nya selalu memotivasi penulis untuk selalu semangat dalam menyelesaikan pendidikan ini, dan selalau memberikan semangat, bantuan dan luangan waktu untuk selalu memberi masukan pada peneliti sehingga termotivasi untu menyelesaikan penelitian ini.
10. Terimakasih kepada seluruh teman-teman seperjuangan jurusan ilmu komunikasi angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas kebersamaan, kekompakan, kekeluargaan yang telah kita lewati bbersama-sama.

**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.

11. Terimakasih kepada bapak Shodik Purnomo S.Sos sebab dengan segala masukannya dan bimbingannya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya.
12. Terima kasih kepada teman, abang, kakak, seperjuangan Reni S.Sos, Muhammad Hafiz, Ferdi Gusman Hidayat, S.T dan Rosa Yulianti, S.Pd yang telah memberi semangat dan juga menjadi pendengar yang baik bagi penulis untuk terselesaikannya skripsi ini, dan selalu memberi dukungan pada penulis agar semangat dalam melakukan penelitian.
13. Terimakasih kepada pemilik 12040111553 terimakasih telah menjadi rumah dan tempat berkeluh kesah, menjadi pendengar yang baik, dan banyak berkontribusi dalam penulisan skripsi ini. terimakasih untuk waktu yang diluangkan, tenaga yang diberikan, dan pikiran yang dituangkan, materi maupun moril. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga saat ini.
14. Terimakasih kepada Mefindra Ade Wardani yang telah berjuang dan bertahan sampai detik ini. Dan menjadi penyemangat untuk diri sendiri maupun orang disekitarnya. Terimakasih kamu sudah kuat walaupun banyak hal dan tekanan mental maupun batin yang mungkin begitu sulit untuk dihadapi seorang diri.
15. Terakhir, terimakasih kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya yang telah membantu penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Semoga penulisan skripsi ini juga membawa manfaat bagi para pembaca, di kalangan akademisi ataupun praktisi dan dapat dijadikan khazanah keilmuan bagi ummat. Aamiin

Pekanbaru, 29 juni 2024

Penulis,

**Mefindra Ade Wardani**

**NIM : 12040323189**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Kegunaan Penelitian .....	8
1.4.1. Manfaat teoritis .....	8
1.4.2. Manfaat praktis .....	8
1.5. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1. Kajian Terdahulu .....	10
2.2. Landasan Teori .....	15
2.2.1. Studi Netnografi .....	15
2.2.2. User Generated Content .....	21
2.2.3. Media Sosial .....	24
2.2.4. Tik Tok .....	28
2.3. Kerangka Pemikiran .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	34
3.1. Desain Penelitian .....	34
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.5. Validitas Data .....	39
3.6. Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM</b> .....	41

**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.

4.1. Profil Vina Muliana .....	41
4.2. Profil Akun Tik Tok Vina Muliana (@vmuliana) .....	42
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
5.1. Hasil Penelitian .....	47
5.2. Pembahasan .....	48
5.2.1. Analisis Konten.....	48
5.2.1.1. Sajian Data <i>User Generated Content</i> Pada Akun @Vmuliana Pada Platform Sosial Media TikTok .....	48
5.2.1.2. Sajian Data Investigasi dan imersi mengenai tren yang diikuti dari User Generated Content @vmuliana pada Platform Sosial Media TikTok. ....	64
5.2.2. Analisis Interaksi .....	65
5.2.2.1. Interaksi Dalam Kolom Komentar .....	65
5.2.2.2. Interaksi dalam Jaringan .....	99
5.2.2.3. Sentiment Analisis dan emosi. ....	101
5.2.3. Pemahaman Dampak dan Pengaruh .....	102
5.2.3.1. Dampak dan pengaruh dari budaya yang terbentuk dari komunitas yang terdapat pada <i>User Generated Content</i> @vmuliana. ...	102
5.2.3.2. Akun @vmuliana menjadi sumber inspirasi atau pertukaran informasi.....	103
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>104</b>
6.1. Kesimpulan .....	104
6.2. Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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	jumlah pengguna platform sosial media terbanyak didunia .....	2
Gambar 1.2	Pengguna media soaial terbanyak di Indonesia tahun 2023.....	3
Gambar 1.3	Waktu yang digunakan pengguna pada aplikasi media .....	3
Gambar 1.4	Laman akun Tik Tok Vina Muliana.....	4
Gambar 1.5	Vina Muliana di majalah <i>forbest 30 under 30</i> .....	6
Gambar 2.6	Perbedaan Etnografi dan Netnografi .....	16
Gambar 2.7	Penjabaran budaya menurut Hofstade (2010) .....	18
Gambar 2.8	Tahap Penelitian Netnografi .....	20
Gambar 2.9	Persentasi pengguna sosial media terbanyak .....	26
Gambar 2.10	Persentasi pengguna sosial media terbanyak .....	27
Gambar 2.11	Jumlah pengguna media sosial.....	27
Gambar 2.12	Ringkasan Pengguna <i>TikTok</i> , januari 2024 .....	31
Gambar 2.13	Kerangka berfikir .....	34
Gambar 4.14	Foto diri Vina Muliana.....	42
Gambar 4.15	Video Pertama Pada Akun <i>TikTok @vmuliana</i> .....	44
Gambar 4.16	Akun <i>TikTok @vmuliana</i> sebagai <i>Top Fastest Growing</i> nomor dua dari <i>TikTok Indonesia</i> pada tahun 2021.....	45
Gambar 4.17	Profil Akun <i>TikTok Vina Muliana (@vmuliana)</i> .....	46
Gambar 4.18	Akun <i>TikTok @vmuliana</i> terverifikasi .....	46
Gambar 5.19	Analisis sentiment komentar bulan januari .....	66
Gambar 5.20	Foto diri Vina Muliana.....	67
Gambar 5.21	Word clod bulan januari.....	68
Gambar 5.22	Word Cloud bulan mei .....	69
Gambar 5.23	Sentiment analisist bulan mei .....	70
Gambar 5.24	Word Cloud Bulan Juli.....	72
Gambar 5.25	Analisis sentiment komentar bulan juli.....	73
Gambar 5.26	lima komentar teratas .....	74
Gambar 5.27	Word Cloud Bulan Oktober .....	74
Gambar 5.28	Analisis sentiment komentar bulan oktober .....	75



**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.

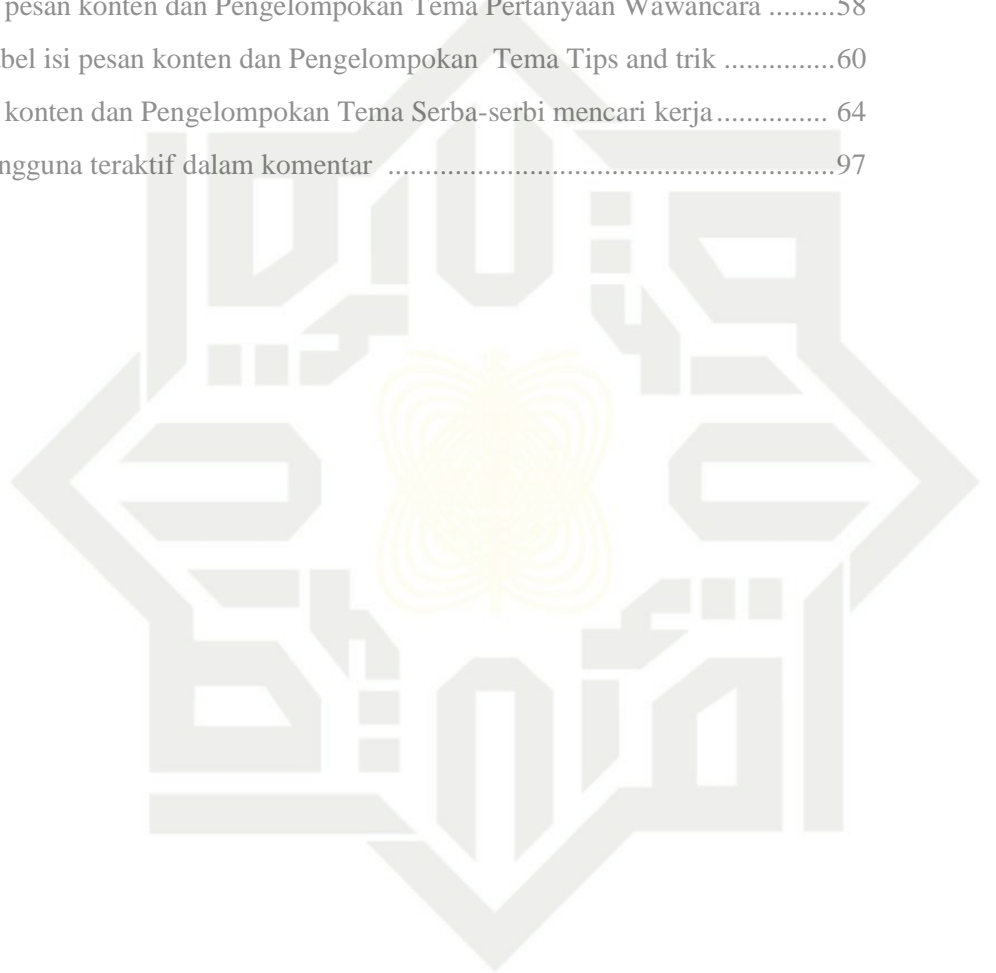
Gambar 5.29	Word Cloud bulan februari .....	76
Gambar 5.30	Sentiment analisist bulan februari .....	77
Gambar 5.31	Komentar teratas dengan score terbanyak.....	79
Gambar 5.32	Word cloud bulan maret .....	80
Gambar 5.33	Sentiment analisist bulan maret.....	80
Gambar 5.34	Word Cloud Bulan juni .....	82
Gambar 5.35	Analisis sentiment komentar bulan juni.....	82
Gambar 5.36	Word Cloud Bulan april .....	84
Gambar 5.37	Sentiment analisist bulan april .....	85
Gambar 5.38	Word Cloud Bulan agustus .....	86
Gambar 5.39	Sentiment analisist bulan agustus .....	87
Gambar 5.40	Komentar netizen postingan bulan september .....	88
Gambar 5.41	Word Claud Bulan september .....	89
Gambar 5.42	Komentar teratas denga score terbanyak .....	91
Gambar 5.43	Word Cloud bulan november .....	92
Gambar 5.44	Analisis sentiment komentar bulan november .....	93
Gambar 5.45	Komentar teratas dengan score terbanyak .....	95
Gambar 5.46	Analisis sentiment komentar bulan desember.....	95
Gambar 5.47	Word Cloud bulan desember.....	96
Gambar 5.48	Grafik sepuluh pengguna teratas .....	97
Gambar 5.49	Kata yang banyak dihasilkan dari konten .....	98
Gambar 5.50	Pemetaan jaringan pada postingan.....	100
Gambar 5.51	Grafik Sentiment Analisist dalam komentar .....	101

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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 TABEL**

Tabel 2.1	Perbedaan etnografi dan Netnografi .....	20
Tabel 3.2	Tools yang digunakan dalam pengambilan data .....	39
Tabel 5.3	Deskripsi konten vina muliana .....	54
Tabel 5.4	isi pesan konten dan Pengelompokan Tema Pertanyaan Wawancara .....	58
Tabel 5.5	Tabel isi pesan konten dan Pengelompokan Tema Tips and trik .....	60
Tabel 5.6	isi konten dan Pengelompokan Tema Serba-serbi mencari kerja.....	64
Tabel 5.7	pengguna teraktif dalam komentar .....	97



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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 I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Aplikasi tik tok menjadi media populer sejak tahun 2020 tepatnya pada awal pandemi covid-19, tik tok sebagai *platform* media sosial *user generated content* yang tentunya memiliki keunikan yang tersendiri dibandingkan dengan *platform* media social lainnya, seperti instagram, facebook, twitter, dan yang lainnya.<sup>1</sup> Salah satu aspek yang menarik dari aplikasi tik tok ini adanya komunitas pengguna yang sangat beragam dengan berbagai macam isi konten yang mereka hasilkan, aplikasi tik tok merupakan aplikasi yang menawarkan tayangan berupa video pendek, aplikasi yang berdiri pada tahun 2016 ini sudah berhasil menarik banyaknya pengguna.<sup>2</sup> Pada penggunaan aplikasi tik tok ini banyak digunakan oleh pengguna sebagai media hiburan dan tempat untuk mengikuti *trend* yang kemudian menjadikan penggunanya suka hingga candu.<sup>3</sup>

Aplikasi tik tok ini awalnya didirikan pada tahun 2016 yang awalnya berasal dari Tiongkok, dan menjadi dunia baru untuk beberapa generasi, sehingga dalam kurun waktu yang singkat untuk berdirinya sebuah media baru, aplikasi tik tok sudah bisa mendapat perhatian penuh dari banyak kelompok dan individu yang memicu popularitas aplikasi ini menjadi lebih pesat.<sup>4</sup> Dalam panggung ketenarannya aplikasi tik tok tetap memanjakan penggunanya dengan perkembangan pembaharuan yang dilakukan, untuk terus menjadikan platform media sosial yang lebih baik dan mengedukasi.

<sup>1</sup> Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, and Umaimah Wahid, "Utilization of Tik Tok Social Media as a Campaign Media for Handwashing Movement in Indonesia to Prevent Covid-19," *Commiverse : Journal of Communication Science* 5, no. 2 (2020): 70–80.

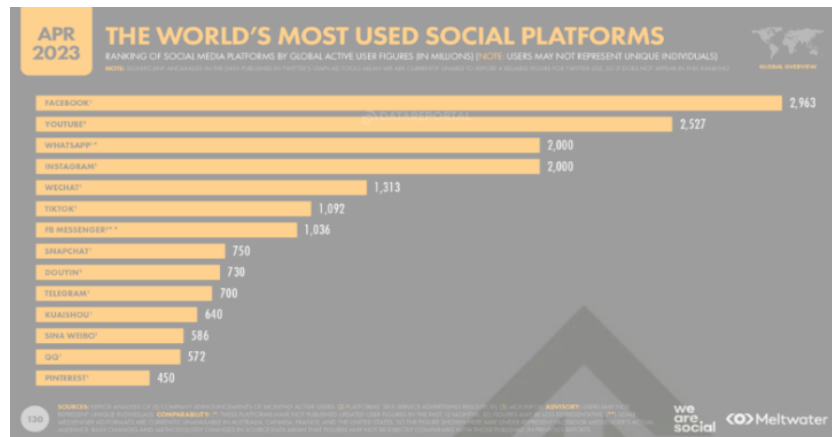
<sup>2</sup> dwi Bambang Putut Setiyadi Nugroho Aji, "Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra," *Metafora* VI, no. 2 (2020): 1–23.

<sup>3</sup> Demmy Deriyanto and Fathul Qorib, "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Tik Tok," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 7, no. 2 (2018): 78, <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1432/1007>.

<sup>4</sup> Elisa Kusumawardhani and Deasy Silvy Sari, "Gelombang Pop Culture Tik-Tok: Studi Kasus Amerika Serikat, Jepang, India Dan Indonesia," *Padjadjaran Journal of International Relations* 3, no. 1 (2021): 19, <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i1.27758>.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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. Diarangi mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1.1 jumlah pengguna platform sosial media terbanyak didunia  
(sumber : *we are social*, diakses pada 27/04/2023)

Dari hasil survey *we are social* selama berdirinya platform tik tok dalam kurun waktu hamper 8 tahun sudah menempati posisi ke-6 dengan pengguna terbanyak didunia dan sudah berhasil menempati posisi ke-4 dengan 70,4% pengguna di Indonesia, aplikasi tik tok juga menjadi aplikasi dengan penggunaan waktu sebanyak 31H,32M per *user* per *month*. Aplikasi tik tok ini pun berhasil menempati posisi pertama pada tahun 2020 dengan jumlah *download* terbanyak di *Play Store*.<sup>5</sup> Aplikasi tik tok yang mudah digunakan, serta didukung dengan teknologi AI sebagai pendukung untuk memudahkan penggunaanya dalam merekomendasikan sesuai dengan kebiasaan yang ditonton, *dilike* dan *dishare* oleh pengguna, sehingga hal ini tercatat sebagai hal yang disukai.<sup>6</sup> Aplikasi tik tok juga menggambarkan kehidupan manusia yang pada hakikatnya hidup berdampingan dengan teknologi, hal ini menjadikan konten pada aplikasi tik tok berisi tentang segala aspek dalam segala bidang, baik seni, pendidikan, hiburan, karir, ekonomi, sosial, budaya, dan lain sebagainya. Dari segi penggunaan jika dilihat berdasarkan fenomena yang ada, aplikasi ini tidak hanya digunakan oleh satu kalangan saja, melainkan dari berbagai kalangan, baik muda, tua, dewasa, anak-anak, ataupun remaja.<sup>7</sup>

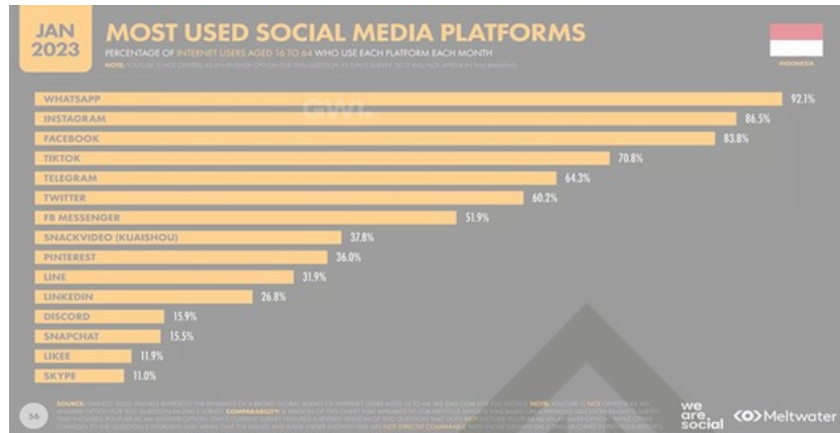
<sup>5</sup> Pramitha Rifa Andini, "Pengaruh Konten Pada Official Akun TikTok Ruangguru Terhadap Prestasi Belajar Followers," *Jurnal Teroka* 1, no. 1 (2023): 15–24, <https://journals.usm.ac.id/index.php/janaloka/article/view/7022>.

<sup>6</sup> Kusumawardhani and Sari, "Gelombang Pop Culture Tik-Tok: Studi Kasus Amerika Serikat, Jepang, India Dan Indonesia."

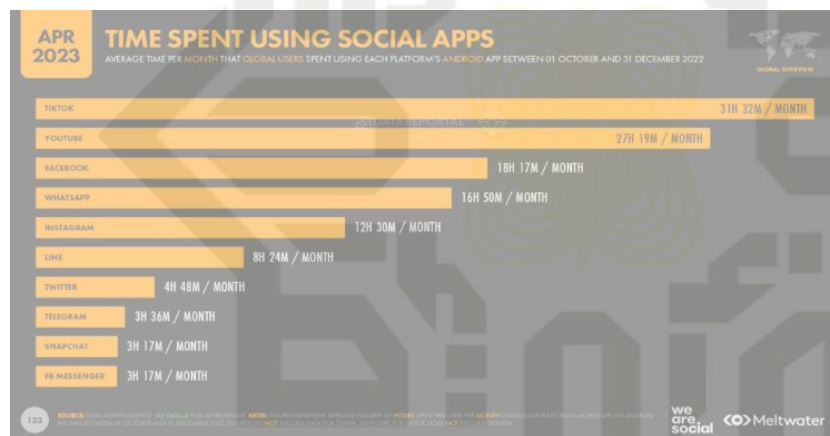
<sup>7</sup> Mukhammad Handy dwi Wijaya and Musta'in Mashud, "Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar: Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok," *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 3, no. 2 (2020): 170–91, <https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



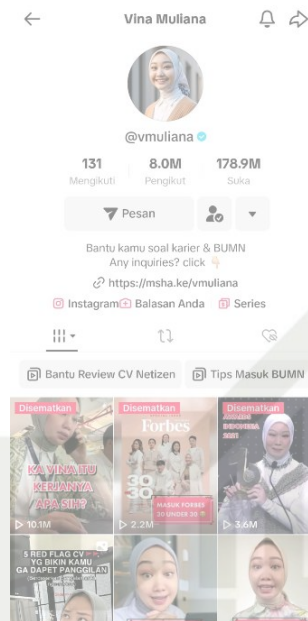
Gambar 1.2 Pengguna media sosial terbanyak di Indonesia tahun 2023  
(sumber : *we are social*, diakses pada 27/04/2023)



Gambar 1.3 Waktu yang digunakan pengguna pada aplikasi media sosial  
(sumber : *we are social*, diakses pada 04/06/2023)

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**Gambar 1.4 Laman akun Tik Tok Vina Muliana**  
(Sumber : Tik Tok)

Dalam hal ini aplikasi tik tok yang berperan sebagai media sosial yang juga sebagai alat penyebaran informasi yang dapat menjawab segala bentuk ketidak tahuan pengguna akan suatu hal.<sup>8</sup> Salah satu pengguna tik tok yang cukup terkenal dibidangnya yaitu @vmuliana, yang menghasilkan isi konten yang menarik dengan jumlah pengikut yang besar pada *platform* tik tok tersebut, kedatangan konten vina muliana ini dinilai sangat menghasilkan *feedback* yang sangat baik dan berkontribusi dengan mengkomunikasikannya pada *platform* media sosial tik tok.<sup>9</sup> Dilihat dari akun @vmuliana yang memberikan suguhan konten yang memuat mengenai pengetahuan seputar dunia karir dan pekerjaan, atau hal yang akan dihadapi setelah menyelesaikan jenjang Pendidikan, hal ini jelas dapat menjawab keraguan dan ketidak tahuan dalam masyarakat, vina sendiri menargetkan konten tersebut kepada golongan orang yang menemukan kesulitan dalam melamar pekerjaan dengan posisi terbaik dan

<sup>8</sup> K S Purnasari and D Prasetyo, "Pengaruh Terpaan Akun Tiktok@ Vmuliana Terhadap Pengetahuan Tentang Dunia Karir Untuk Followers," *DIGICOM: Jurnal Komunikasi Dan ...* 2, no. 4 (2022): 68–80, <https://ojs3.stikosa-aw.ac.id/index.php/digicom/article/view/384%0Ahttps://ojs3.stikosa-aw.ac.id/index.php/digicom/article/download/384/203>.

<sup>9</sup> M Firdi and Ageng Rara Cindoswari, "Pengaruh Perancangan Konten Tiktok Vina Muliana (@ Vmuliana ) Terhadap Kebutuhan Informasi Pada Kalangan Followers," n.d.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

tentunya dengan jenjang umur yang cukup. Melihat latar belakang vina muliana sendiri yang berkerja diperusahaan BUMN dibidang pertambangan yang menempati posisi HRD tentu dapat menjadi kepercayaan yang diberikan kepada vina muliana sehingga dapat membantu dan membenarkan bahwa apa yang disampaikannya adalah sesuatu yang benar dan valid.<sup>10</sup>

Vina muliana pada akun tik toknya terhitung pada bulan oktober 2023 akun tersebut sudah memiliki lebih dari 8,0M pengikut, dengan 131 postingan, dan 178,9M suka. Postingan awal yang dimulai oleh vina pada 25 februari 2021 yang membahas tentang kesehariannya hidup sebagai pekerja BUMN. Lalu dari postingan tersebut memicu banyak sekali pertanyaan dari warganet seputar cara bekerja di BUMN, hal inilah yang kemudian memotivasi vina untuk mengupload postingan selanjutnya pada tanggal 28 februari 2021 yang memuat tentang lowongan pekerjaan di BUMN, vina menyatakan bahwa Telkom Indonesia dan PT. Rajawali Nusantara Indonesia yang sedang mencari karyawan.

Setelah kurang lebih satu tahun berkarya di dunia digital pada platform tik tok vina muliana menerima penghargaan sebagai peraih *best of learning and education 2022* dari *tik tok awards*.<sup>11</sup> Selain itu pada bulan maret 2022 vina muliana masuk kedalam majalah *forbes 30 under 30 2022* untuk ke dua kalinya dari Indonesia.<sup>12</sup> Berdasarkan informasi dari *Detik.com Forbes* adalah majalah global yang berfokus pada bisnis, investasi, teknologi, wirausaha, kepemimpinan, dan gaya hidup.<sup>13</sup> Dikutip dari *ajab.co.id* majalah *forbes* didirikan sejak 1917 oleh B.C. Forbes, majalah ini terus berkembang hingga hadir di Indonesia pada 2010.<sup>14</sup>

<sup>10</sup> Rieke Eva Kusumaningtyas, "Pengaruh Content Creator TikTok @vmuliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Dunia Kerja Di Kalangan Followers," *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1, no. 3 (2020): 2828–6863.

<sup>11</sup> Kana Rizky Ramadhani and Faridah Faridah, "Analysis of the Content of Communication Messages by Tiktok Video Content on Vina Muliana's Account in Entering the World of Work," *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo* 16, no. 2 (2023): 297–311, <https://doi.org/10.21107/pamator.v16i2.19648>.

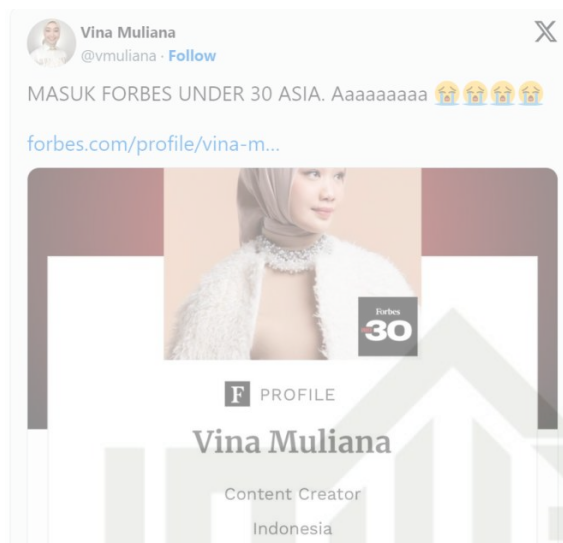
<sup>12</sup> Surya Aditiya, "Profil Vina Muliana, Content Creator Masuk Forbes 30 under 30," *Viva.Co.Id*, 2022, <https://www.viva.co.id/berita/bisnis/1478935-profil-vina-muliana-content-creator-masuk-forbes-30-under-30>.

<sup>13</sup> Nikita Rosa, "Dua Mahasiswa UB Masuk Nominasi, Apa Itu Forbes Indonesia 30 Under 30," *Detik.com*, 2022.

<sup>14</sup> Pamela, "Mengenal Forbes Indonesia Dan Cara Untuk Menjadi Nominasinya," *ajab.co.id*, 2020.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang 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.



**Gambar 1.5 Vina Muliana di majalah *forbest 30 under 30***  
(Sumber : *Tweeter*)

Dalam konten yang dibuat oleh vina muliana membagikan cara detail dalam pembuatan cv dengan teknik penulisan yang baik dan benar, memberikan tips and trik seputar presentasi, wawancara kerja, yang disajikan secara singkat, menarik, dan mudah untuk dipahami.<sup>15</sup> Hal ini tentu menjadi poin menarik penulis untuk meneliti vina muliana, karna vina muliana ini dikenal sangat bijak dalam menyampaikan hal-hal yang dikenal rumit, dan dapat mengkomunikasikannya dengan baik sehingga dapat dipahami oleh banyak kalangan, serta banyak membantu pengguna yang menonton kontennya untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini dibuktikan dengan seringnya vina muliana membantu pengikutnya untuk memeriksa cv yang bersangkutan yang dapat digunakan untuk melamar pekerjaan, tak hanya memeriksa cv, vina juga memberikan masukan dan saran terkait cv tersebut.<sup>16</sup>

Hal yang menarik yang dilakukan vina muliana dalam menggarap konten tersebut sangat di sambut baik dan antusias oleh khalayak pengguna aplikasi tik tok. Contohnya pada penelitian yang dilakukan oleh rahma agusti ningtyas, elsa zafira, dan reza zahria tentang Peran Konten TikTok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karier Remaja Surabaya,

<sup>15</sup> Ramadhani and Faridah, "Analysis of the Content of Communication Messages by Tiktok Video Content on Vina Muliana's Account in Entering the World of Work."

<sup>16</sup> Erfina Monica Putri and Poppy Febriana, "Analisis Media Baru Tiktok Sebagai Personal Branding (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Tiktok @Vmuliana) Tiktok New Media Analysis As Personal Branding (Qualitative Description Study On Tiktok Account @Vmuliana)" 5, no. 4 (2023): 2517–24.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

dalam penelitian tersebut di jelaskan bahwa adanya perilaku imitasi terhadap konten Vina Muliana dengan menirukannya pada kegiatan mereka untuk wawancara kerja dalam perjalanan karier mereka. Penelitian tersebut dilakukan terhadap 10 informan yang mana mengaku sangat terpengaruh dengan konten yang dihasilkan oleh Vina Muliana.<sup>17</sup> sehingga hal inilah yang menjadi motivasi untuk lebih mendalami tentang platform tik tok yang mewadahi kreativitas vina muliana dalam menyebarkan pengetahuan di bidang karir, dan pekerjaan. Setelah mengetahui arus perkembangan teknologi yang melaju pesat, penelitian dengan metode netnografi menjadi model yang cukup diminati untuk meneliti dunia dalam jaringan, yang melibatkan media-media, pada ranah maya internet. Membahas tentang netnografi tidak dapat dilepaskan dari etnografi, etnografi adalah suatu usaha untuk memaparkan kebudayaan dan aspek budaya pada lingkungan kehidupan masyarakat.<sup>18</sup> Sedangkan netnografi merupakan suatu usaha untuk melakukan penelitian mengenai seluk beluk kebudayaan yang dihasilkan dalam tatanan kehidupan manusia melalui internet, berdasarkan data dan informasi yang tersedia secara umum melalui media sosial.<sup>19</sup>

Dalam hal ini studi netnografi yang merujuk pada *user generated content* pada akun @vmuliana menjadi hal yang berkaitan. Metode netnografi ini mengkaji secara dalam kegiatan komunitas dan kelompok virtual dengan segala aktivitas dan kegiatan mereka melalui observasi dan analisis data. Penelitian dengan metode netnografi ini sudah cukup populer dan sudah banyak penelitian komunikasi yang menggunakan metode netnografi tersebut. Hal ini disebabkan karna internet dan jaringan serta interaksi virtual sudah banyak di ikuti dan dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat. Netnografi sendiri merupakan bentuk adaptasi dari etnografi untuk dunia sosial *virtual* yang ada dalam perangkat jaringan, netnografi sendiri difokuskan untuk media sosial agar dapat memahami bentuk interaksi dan relasi yang ada dalam lingkup sosial pada jaringan.<sup>20</sup> Dalam penelitian ini akan membantu untuk mengetahui kehadiran vina muliana

<sup>17</sup> Rahma Agusti Ningtyas, Elsa Zafira, and Reza Zahria, "Peran Konten TikTok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karier Remaja Surabaya," *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, 533–43.

<sup>18</sup> Kiki Zakiah, "Penelitian Etnografi Komunikasi: Tipe Dan Metode," *Mediator* 9, no. 56 (2008): 181–88.

<sup>19</sup> Ulfa; Intan Primasari; dan Najla Nadzirotul Jannah Yuniati, "Strategi Pemasaran Umkm Sektor Makanan Melalui Survey Efektivitas Pemanfaatan Promosi Di Media Sosial," *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 4, no. 2 (2017): 132–49.

<sup>20</sup> Umar Suryadi Bakry, "Pemanfaatan Metode Etnografi Dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional," *Jurnal Global & Strategis* 11, no. 1 (2017): 15, <https://doi.org/10.20473/jgs.11.1.2017.15-26>.

**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.

berdasarkan studi netnografi terhadap user generated content pada platform sosial media Tik Tok.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian agar dapat diketahui studi netnografi terhadap user generated content @vinamuliana pada platform sosial media tik tok. Maka dari itu inilah yang menjadi titik focus dalam melakukan penelitian ini. Selain dapat memaksimalkan pola komunikasi dan penyebaran informasi yang tepat melalui media sosial khususnya tik tok yang menjadi objek utama pada penelitian ini, yang diakomodasi dengan potensi *user generated content* vina muliana. Berdasarkan hal tersebut, penulis memberikan judul pada penelitian ini adalah “**STUDI NETNOGRAFI TERHADAP USER GENERATED CONTENT @VINAMULIANA PADA PLATFORM SOSIAL MEDIA TIK TOK**”

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, bagaimana studi netnografi terhadap *user generated content* @vinamuliana pada platform sosial media tik tok?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian pada dasarnya untuk dapat menemukan, mengembangkan dan membuktikan penelitian sehingga menghasilkan suatu pengetahuan baru yang nantinya dapat digunakan untuk memahami dan memecahkan suatu masalah. Berdadarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dan kegunaan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui studi netnografi terhadap *user generated content* @vinamuliana pada platform sosial media tik tok.

### 1.4. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, manfaat dari penelitian dan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

#### 1.4.1. Manfaat teoritis

Kajian penelitian ini dilakukan agar memperoleh harapan dapat menjadi masukan dan sumbangan pengetahuan kepada prodi ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting dalam segi ilmu pengetahuan, terkhusus di bidang media sosial dan komunikasi penyiaran.

#### 1.4.2. Manfaat praktis

Hasil dari kajian penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi atau bahan pustaka terkait pemanfaatan media sosial terhadap komunikasi penyiaran pada aplikasi tik tok bagi mahasiswa

dan mahasiswi, khususnya prodi ilmu komunikasi yang terkait penelitian ini.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang diajukan dalam skripsi ini, terdiri dari pokok-pokok permasalahan yang dibahas pada masing-masing bab yang diuraikan menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisikan tentang latarbelakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan kajian terdahulu relevan dengan penelitian, landasan teori dan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjabarkan tentang desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

#### **BAB IV GAMBARAN UMUM**

Dalam bab ini berisikan gambaran tentang pribadi vina muliana, dan akun TikTok Vina Muliana.

#### **BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan data yang diperoleh dilapangan sesuai dengan judul penelitian.

#### **BAB VI PENUTUP**

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Terakhir di tutup dengan Daftar Pustaka.

#### 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.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini mengkaji dari penelitian sebelumnya sebagai bahan pendukung yang tentu dibutuhkan dan dianggap relevan serta sejalan dengan permasalahan yang akan di bahas, Penelitian terdahulu mengenai studi netnofrafi terhadap user generated content @vimuliana pada platform sosial media tik tok dengan melihat kekurangan dan kelebihan dari penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut :

- 2.1.1. Menurut penelitian Sholihatul Atik Hikmawati, dan Luluk Farida pada tahun 2021 yang membahas tentang manfaat dari aplikasi tik tok sebagai media komunikasi penyiaran dakwah, yang diteliti menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini bersumber dari para dosen yang menggunakan aplikasi tik tok dalam penyampaian dakwah yang dipilih secara acak atau random sampling, dengan menganalisis data yang ada dengan cara reduksi data. Dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa media social tik tok banyak sekali memberikan manfaat dalam bidang komunikasi penyiaran dakwah yakni tik tok dikatakan sangat efektif saat digunakan sebagai media dakwah yang digunakan sesuai dengan ketentuan dan tatacara islam, tik tok pun dinilai sangat membantu dan memberikan inovasi dakwah yang menarik perhatian pengguna sehingga para pengguna senang untuk membagikannya ke laman media social lainnya.<sup>21</sup>
- 2.1.2. Menurut karans sabrina purnasari, dan dwi prasetyo dalam penelitiannya pada tahun 2022 yang membahas mengenai permasalahan tentang ada atau tidaknya pengaruh terpaan akun tik tok @vmuliana terhadap pengetahuan tentang dunia karir melalui media social. Penelitian ini menggunakan teori S.O.R atau Stimulus, Organism, Respon yang berkaitan dengan pesan yang dibawakan dan respon yang diberikan, sumber data penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif ini adalah dari 100 orang responden dari pengikut akun @vmuliana dengan tehnik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Dari penelitian ini dapat dihasilkan

<sup>21</sup> Sholihatul atik Hikmawati and Luluk Farida, "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang," *Al-Ittishol : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1–11.

#### 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.

berupa memang adanya pengaruh yang signifikan antara konten tik tok @vmuliana dengan pengetahuan karir pekerjaan bagi pengikutnya, berhubungan dengan pengaruh tentang karir pekerjaan dengan kecenderungan memberikan pengaruh sebesar 73,1% dan mempunyai kekuatan hubungan sebesar 0,855 dan keefisien perbandingan dengan yang lainnya sebesar 0,731.<sup>22</sup>

- 2.1.3. Dian Fermina maawati waruwu dan nawiroh vera tahun 2020, yang membahas tentang permasalahan tentang adanya ujaran kebencian di media social, penelitian yang dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan dengan metodologi netnografi ini menggunakan sumber data yang berasal dari postingan dan komentar dari akun Instagram @Prof.tjokhowie dengan analisis data dokumentasi. Dari penelitian yang dilakukan dapat dihasilkan bahwa akun Instagram tersebut menyuarakan ujaran kebencian tentang hal-hal yang sedang tren atau viral, hal ini bertujuan untuk menggiring akun lawan agar dapat menggiring opini public, bahkan akun tersebut memposting postingan berupa foto yang sudah diedit dengan kata dan tatanan Bahasa yang tidak baik. Adapun ujaran kebencian yang dilakukan mengundang dukungan yang biasanya berupa like, and share.<sup>23</sup>
- 2.1.4. Menurut meiliya cahya yustina dan kawan-kawan pada penelitiannya pada tahun 2022 yang membahas tentang metode dakwah husain basyaiban di media social tik tok, yang mana yang menjadi permasalahannya adalah metode dakwah yang bagaimana yang dapat menarik perhatian khalayak yang dilakukan oleh husain basyaiban sehingga komunikasi penyiaran dakwahnya digemasi. Penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif dengan metode netnografi yang mencari data dari isi konten, komentar khalayak yang dikumpulkan menggunakan tehnik pengumpulan data dokumentasi dan observasi online pada isi konten pada akun tik tok husain basyaiban. Maka dengan itu penelitian ini menghasilkan bahwa metode dakwah yang dilakukan oleh husain basyaiban ini dilakukan dengan tiga metode yaitu metode hikmah, al-mauidzah al-hasanah, dan al-

<sup>22</sup> Purnasari and Prasetyo, "Pengaruh Terpaan Akun Tiktok@ Vmuliana Terhadap Pengetahuan Tentang Dunia Karir Untuk Followers."

<sup>23</sup> Dian Fermina Mawati Waruwu and Nawiroh Vera, "Ujaran Kebencian Di Media Sosial (Studi Netnografi Di Akun Instagram @prof.tjokhowie)," *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2020): 55–69, <https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1034>.

## 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.

mujadalah al-ahsan. Dalam perkembangan akun tik tok husain basyaiban sudah berhasil memiliki lebih dari pengikut 5,5 juta pengikut.<sup>24</sup>

2.1.5. Menurut Muhammad As'ad pada penelitiannya tahun 2021 tentang penetrasi dakwah islamisme eks HTI di Indonesia: studi netnografi dakwah felix siauw dan yuk ngaji di media sosial, penelitian ini membahas tentang masalah bagaimana kegiatan dakwah mantan anggota Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) setelah tidak aktif pada tahun 2017 silam. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi yang dilakukan secara daring. Yang menjadi data dalam penelitian tersebut adalah akun media social mantan anggota HTI itu sendiri yaitu felix siauw dan tim ngaji yuk. dengan serangkaian proses penelitian yang dilakukan hingga akhirnya menghasilkan bahwa dari dakwah yang dilakukan sasaran atau target dari dakwah felix siauw ini adalah menarik kaum muda milenial. Sehingga proses dakwah yang kuat dengan tujuan mengembangkan islamisme dengan berbagai topik kajian yang mengarahkan warganet agar tidak percaya pada sistem demokratis yang dianut bangsa kesatuan republic Indonesia.<sup>25</sup>

2.1.6. Dessy Kushardiyanti, dan kawan-kawan pada penelitian yang dilakukan tahun 2020, tentang *Privacy Concern Dan Isu Penipuan Berkedok Konten (Studi Etnografi Virtual Terhadap Pengguna Fitur "Add Yours" Di Instagram Stories)*. Penelitian ini membahas tentang fakta yang baru timbul pada media sosial terutama dalam keikutsertaan dan penggunaan pada *trent viral* yang ada di berbagai platform, yang berbasis *user generated content* sehingga mengharuskan dapat memberi dampak positif pada jangkauan *engagement*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi etnografi virtual. Dengan segala proses penelitian yang dilakukan maka menghasilkan beberapa motif dalam penggunaan fitur ini diantaranya motif hiburan, motif *integrative* sosial, motif identitas pribadi, dan motif informasi serta penggolongan privasi yang berfokus pada dua aspek yang berkaitan dengan identitas pribadi yaitu *privacy of data about a person dan privacy of a person's personal*.<sup>26</sup>

<sup>24</sup> V.A.R.Barao et al., "Analisis Metode Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial Tik Tok," *Braz Dent J.* 09, no. 1 (2022): 1–12.

<sup>25</sup> V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, and J.G.S.Souza. "Analisis Metode Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial Tik Tok." *Braz Dent J.* 09, no. 1 (2022): 1–12.

<sup>26</sup> Dessy Kushardiyanti, Widodo Agus Setianto, and Seipah Kardipah, "Privacy Concern Dan Isu Penipuan Berkedok Konten (Studi Etnografi Virtual Terhadap Pengguna Fitur 'Add Yours' Di Instagram Stories) 1\*," *Communications* 4, no. 1 (2022): 17–40, <https://doi.org/Communications4.1.1>.

## 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.

- 2.1.7. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Eka Yuniar, Dwi Safiroh, dan Dian Wahyuningsih pada tahun 2022, tentang “Implementasi Scraping Data Untuk Sentiment Analysis Pengguna Dompot Digital Dengan Menggunakan Algoritma Machine Learning”. Penelitian yang membahas tentang penggunaan Algoritma Machine Learning untuk mendapatkan Sentiment Analysis Pengguna Dompot Digital menggunakan teknik pengumpulan data Scraping data. Kemudian hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah analisis pengguna gopay memiliki tingkat sentimen positif sebesar 79,6%, sentimen negatif sebesar 20,4% dari total 250 data. Sementara itu, pengguna Linkaja memiliki tingkat sentimen positif sebesar 62,1%, komentar negatif 37,9% dari 250 data komentar yang diambil. Hasil pengujian juga dilakukan proses penghitungan tingkat akurasi dengan recall dan presisi yaitu 87% untuk Gopay dan 89% untuk LinkAja.<sup>27</sup>
- 2.1.8. Steeve A. J. Muntu dan kawan-kawan pada penelitiannya yang dilakukan pada tahun 2021 tentang Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk interaksi yang terjadi pada akun Instagram @indozone.id, serta untuk mengetahui bagaimana unsur-unsur komunikasi visual yang terdapat pada konten di akun Instagram @indozone.id. Dari beberapa hal di atas maka penelitian ini menghasilkan berupa pada level ruang media, konten akun Instagram tersebut berisi tentang berbagai macam berita yang berasal baik dari dalam maupun luar negeri dengan balutan yang kreatif, sederhana, dan menarik agar mudah diterima pembacanya. Pada level dokumen media konten yang dimiliki dalam bentuk tulisan, gambar, atau video sehingga konten yang berupa gambar atau video mencukupi unsur-unsur komunikasi visual yang meliputi garis, bentuk, tekstur, gelap terang, ukuran, warna, tipografi, keseimbangan. Pada objek media, interaksi dan aktivitas para pengikut ialah memberikan like dan komentar pada postingan berita dari akun @indozone.id.<sup>28</sup>
- 2.1.9. Wayan Adi Pratama dan Ikhlas Ramadhan dalam penelitiannya yang dilakukan tahun 2022 tentang Studi Netnografi: Dimensi

<sup>27</sup> Eka Yuniar, Dwi Safiroh Utsalinah, and Dian Wahyuningsih, “Implementasi Scraping Data Untuk Sentiment Analysis Pengguna Dompot Digital Dengan Menggunakan Algoritma Machine Learning,” *Jurnal Janitra Informatika Dan Sistem Informasi* 2, no. 1 (2022): 35–42, <https://doi.org/10.25008/janitra.v2i1.145>.

<sup>28</sup> Steeve A J Muntu, Joanne Pingkan M Tangkudung, and Leviane J H Lotulung, “Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram,” *Acta Diurna Komunikasi* 3, no. 4 (2021): 1–8, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/36005>.

#### 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.

Kepuasan Wisatawan Nusantara Terhadap Homestay di Ubud. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berjenis netnografi. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dimensi kepuasan wisatawan nusantara terhadap homestay di Ubud. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam bentuk observasi non-partisipan. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder, maka dari itu penelitian ini pun menghasilkan sesuatu yang menunjukkan sisi positif yang melahirkan tingkat kepuasan terhadap wisatawan nusantara dalam menggunakan homestay di Ubud yakni meliputi harga menginap yang terjangkau dan relative lebih murah, pemilik dan penyedia moestay yang ramah dengan fasilitas kamar yang bersih serta lingkungan homestay yang nyaman dan tenang, pengalaman yang didapat sebab bisa berinteraksi dengan kebudayaan masyarakat lokal, dan letak lokasi homestay yang sangat strategis. Studi netnografi dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa aspek positif yang dirasakan menunjukkan kesetiaan pengguna homestay di Ubud yakni *Repeat Purchase, Retention* dan *Referrals*.<sup>29</sup>

- 2.1.10. Ditty Ayu Ria Safitri dan Solten Rajagukguk pada penelitiannya tahun 2022 tentang Analisis resepsi khalayak pada aplikasi Peduli Lindungi dimasa pandemi Covid 19. Penelitian ini menggunakan teori analisis resepsi Stuart Hall yang terfokus pada penerimaan dan respon individu terhadap pesan pada media. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivis yang bersifat deskriptif. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara mendalam bersama dengan tujuh orang informan yang menjadi audiensi dan mengetahui aplikasi Peduli Lindungi yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Setelah menganalisis hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa penerimaan informan terhadap Aplikasi Peduli Lindungi berada pada posisi Negosiasi. Dimana banyak dari informan yang ada memberikan argumen secara umum yang bersifat positif, namun ada beberapa saran yang disampaikan guna untuk mengembangkan Aplikasi Peduli Lindungi agar semakin baik.<sup>30</sup>

<sup>29</sup> I Wayan Adi Pratama and Ikhlas Ramadhan, "Studi Netnografi: Dimensi Kepuasan Wisatawan Nusantara Terhadap Homestay Di Ubud," *Jurnal Ilmiah Hospitality Management* 13, no. 1 (2022): 26–33, <https://doi.org/10.22334/jihm.v13i1.216>.

<sup>30</sup> Ditty Ayu and Solten Rajagukguk, "Analisis Resepsi Khalayak Pada Aplikasi Peduli Lindungi Di Masa Pandemi Covid 19," *Jurnal Netnografi Komunikasi* 1, no. 1 (2022): 38–47, <https://doi.org/10.59408/netnografi.v1i1.6>.

### 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, 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.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang memiliki beberapa kesamaan baik dalam segi metode yang digunakan, platform yang diteliti, studi yang digunakan ataupun teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh data, namun dibalik kesamaan yang ada tentu penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian terdahulu, yaitu penelitian ini memfokuskan pada budaya media social yang di hasilkan oleh pengguna dari postingan vina muliana menggunakan aplikasi tiktok sebagai sarana penyajian konten, sehingga dapat diketahui perbedaan budaya yang dihasilkan dari konten yang dihasilkan pengguna pada akun @vmuliana menggunakan metode netnografi terhadap user generated content @vinamuliana pada platform sosial media tiktok atas budaya apa yang dihasilkan. Maka dari itu melihat beberapa kajian yang sudah ada dan sudah diteliti, namun tampak dari kajian tersebut belum menyediakan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan terkait akun @vmuliana sebagai content creator tiktok yang merujuk pada pemanfaatan media sosial terhadap user generated content, untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengisi dan melengkapi celah yang ada tersebut.

## 2.2. Landasan Teori

### 2.2.1. Studi Netnografi

Studi netnografi yang dikemukakan oleh Kozinets pada tahun 1998 yang merupakan sebuah kajian yang berbentuk etnografi yang sesuai dengan keadaan dunia saat sekarang yakni Internet.<sup>31</sup> Kehadiran media sosial telah menjadi integral dalam kehidupan sehari-hari kita, dengan jumlah pengguna yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Awalnya, media sosial digunakan sebagai alat untuk mencari relasi dan membangun jaringan antara pengguna. Namun, peran media sosial tidak hanya sebatas itu, media sosial juga menjadi wadah bagi pengguna untuk menyampaikan pendapat, mengekspresikan diri, termasuk dalam hal opini, minat dan, kebencian serta konflik. Oleh karena itu, mempelajari media sosial juga berarti mempelajari sebuah bagian dari budaya kontemporer yang sedang berkembang.<sup>32</sup> selain itu kita juga bias mempelajari budaya anak-anak muda melalui setiap konten yang mereka posting

<sup>31</sup> Gatut priyowidodo, *Monograf Netnografi Komunikasi: Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan*, ed. Pajna Vita, 01 ed. (Depok: Rajawali Pers, 2020), <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=uUCLEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Studi+netnografi+tidaklah+sama+dengan+analisis+teks,+jika+dilihat+secara+sekilas+memang+ada+sedikit+keberagaman,+sebab+pada+umumnya+sebuah+penelitian+juga+memanfaatkan+bahan+yang+sa>.

<sup>32</sup> Msi Dr.Eriyanto, *Metode Netnografi, Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*, ed. Nur Asri, pertama (bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021).

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang 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.

dimedia social. Kita juga dapat melihat dan mengetahui bagaimana setiap tindakan diskriminasi, dan segala bentuk kebencian melalui media social.

Netnografi merupakan gabungan kata dari “net” yang artinya internet dan “etnografi” yang artinya kepercayaan, dalam melakukan kajian netnografi metode yang dipakai haruslah mendekati objektif dan permasalahan kajian yang menyusun terkait dengan penyelidikan, pengumpulan data, interpretasi, memastikan dasar etika, dan perluasan penyelidikan, metode ini sangat sesuai untuk meneliti dan mengkaji perangai suatu kelompok atau individu atas apa yang dilakukannya pada khalayak.<sup>33</sup> Netnografi secara sederhana adalah metode yang digunakan untuk mempelajari kehidupan atau budaya internet, dengan fokus khusus pada media sosial. Metode ini mirip dengan etnografi konvensional yang digunakan dalam antropologi, namun lebih difokuskan pada perilaku dan interaksi di dunia maya, seperti dalam platform-platform media sosial.<sup>34</sup>



**Gambar 2.6 Perbedaan Etnografi dan Netnografi**

Adapun makna netnografi menurut para ahli untuk lebih mempertegas dan memperjelas makna antara lain, *pertama*, Robert Kozines, (Annisa, 2019) iya mengatakan bahwa netnografi ialah bentuk special dari riset etnografi yang dicocokkan untuk membongkar kebiasaan unik dari berbagai bentuk interaksi social yang ada pada dunia media oleh internet.<sup>35</sup> *Kedua*, Baym 1995, (bakry, 2017) mengatakan bahwa metode netnografi merupakan sebuah metode atau cara penggunaan dan menghubungkan dari cara-cara yang berbeda dalam suatu pendekatan yang memfokuskan pembelajaran pada sekelompok budaya di internet.

<sup>33</sup> Khadijah Muda et al., “Netnography Study of the Reality Expression of Multi-Ethnic Facebook Communities on the Study of Social Contracts,” *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 38, no. 2 (2022): 16–37, <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2022-3802-02>.

<sup>34</sup> Dr.Eriyanto, *Metode Netnografi, Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*.

<sup>35</sup> Serra Annisa, “Studi Netnografi Pada Aksi Beat Plastic Pollution Oleh United Nations Environment Di Media Sosial Instagram,” *Jurnal ASPIKOM* 3, no. 6 (2019): 1109, <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.411>.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

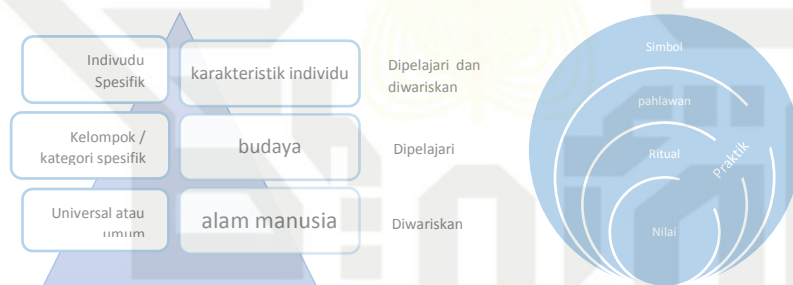
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

*Ketiga*, Dhiraj 2015, (bakry, 2017) mengatakan bahwa netnografi meliputi seluruh disiplin ilmu secara daring dari pengetahuan asing yang belum dijelajahi dan terpenuhi.<sup>36</sup>

Netnografi memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman khusus dan signifikan dari keterkaitan dalam penggunaan Internet.<sup>37</sup> Elemen yang ada pada netnografi yang menjadikannya sebuah definisi yang dapat di cerna, adalah :

#### 2.2.1.1. Budaya

Sama halnya seperti etnografi, dalam metode netnografi yang juga meneliti budaya. Yang menjadi titik fokus netnografi adalah menggambarkan bagaimana sebuah budaya yang berasal dari sudut pandang orang atau kelompok yang diteliti. Budaya dalam hal ini diartikan dan dipahami secara luas sebagai sebuah kebiasaan, pola prilaku, cara berfikir dan sebagainya sebagai suatu masalah atau hal. Konsep tentang budaya itu sendiri sangatlah beragam dalam konteks yang luas dan abstrak.<sup>38</sup>



**Gambar 2.7 penjabaran budaya menurut Hofstade (2010)**

Budaya menurut Hofstade (2010) sebuah budaya bukan hanya membicarakan persoalan prilaku ataupun sebuah kebiasaan namun juga mempelajari nilai-nilai yang dipahami.

#### 2.2.1.2. Jejak Online/Digital

Netnografi mendasarkan diri pada jejak digital, yang merupakan hasil dari aktivitas online individu atau kelompok

<sup>36</sup> Bakry, "Pemanfaatan Metode Etnografi Dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional."

<sup>37</sup> Fitria Mayasari, "Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture Dan Partisipasi Pengguna Media Terhadap Tokoh Publik Di Media Sosial," *Journal of Communication and Society* 1, no. 01 (2022): 27–44, <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.15>.

<sup>38</sup> Dr.Eriyanto, *Metode Netnografi, Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*.

#### 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.

yang terekam secara elektronik. Jejak ini mencakup segala hal, mulai dari interaksi di media sosial, komentar di forum, pencarian online, hingga ulasan dan penilaian produk. Misalnya, untuk memahami perilaku belanja online, peneliti dapat menganalisis riwayat pembelian, ulasan produk, tanggapan terhadap ulasan, dan lain-lain. Keunikan netnografi adalah bahwa aktivitas online tidak hilang dan dapat diamati, kecuali jika dihapus oleh pengguna atau penyedia platform. Ini membedakannya dari etnografi, di mana perilaku offline hanya bisa dicatat saat peneliti hadir secara fisik. Dengan netnografi, peneliti dapat memanfaatkan jejak digital untuk memahami perilaku online tanpa harus hadir secara langsung saat aktivitas terjadi.

#### 2.2.1.3. Partisipasi dan Interaksi

Netnografi, sama seperti etnografi, yang juga merupakan bentuk penelitian lapangan. Seperti halnya dalam penelitian etnografi, netnografi terlibat langsung dalam lingkungan online yang menjadi fokus penelitiannya, berinteraksi dengan anggota komunitas, dan melakukan pengamatan terhadap dinamika komunitas baik yang ada pada konten yang dihasilkan individu atau kelompok tersebut yang akan diteliti. Penelitian netnografi juga mengharuskan partisipasi aktif dari peneliti. Selain menganalisis data jejak digital, peneliti juga perlu terlibat dalam aktivitas individu atau kelompok yang sedang diteliti. Namun, cara partisipasi dalam penelitian online berbeda dengan etnografi offline. Di dunia online, partisipasi bisa melibatkan berbagai bentuk, mulai dari menjadi anggota komunitas, memiliki akun media sosial, memberikan komentar, hingga membuat posting. Dengan demikian, peneliti dapat mengamati perilaku dan aktivitas individu atau komunitas yang sedang diteliti di internet.<sup>39</sup>

#### 2.2.1.4. *Immersive Engagement* (Keterlibatan yang Mendalam)

Netnografi juga memerlukan imersi dengan objek penelitiannya, namun dengan perbedaan signifikan dibandingkan dengan etnografi. Dalam konteks penelitian online atau virtual, istilah yang lebih disukai oleh Kozinets

<sup>39</sup> Dr.Eriyanto.

#### 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.

(2020) adalah "immersive engagement". Dalam hal ini, peneliti terlibat secara mendalam dengan fenomena, masalah, dan objek yang sedang diteliti, meskipun keterlibatan ini tidak selalu berarti menjadi anggota aktif dari komunitas online tersebut. Keberadaan imersi ini adalah ciri khas yang membedakan netnografi dari metode penelitian lainnya.

Maka dari itu metode netnografi ini sangat tepat digunakan untuk meneliti sebuah masalah budaya, dan biasanya selalu terpilih sebagai metode penelitian antropologi.<sup>40</sup> Netnografi merupakan sebuah riset partisipasi observasi yang mendasari sebuah lingkup atau budaya secara online, hal ini dikarenakan dalam netnografi perlu melihat representasi budaya atau fakta kerja sama dari partisipasi bersama dari suatu kelompok atau komunitas pada sebuah konten (*User Generated Content*) yang dihasilkan oleh suatu akun.<sup>41</sup> Munculnya metode netnografi tentu tidak lepas dari etnografi, namun menurut (kozinecs 2020) keduanya sangat memiliki perbedaan yang diakibatkan dari bedanya segala aktifitas dunia online dan nyata yang sangat berbeda sehingga praktik yang dilakukan dalam penelitian sangat berbeda.<sup>42</sup>

Etnografi	Netnografi
<i>Field Site</i> (situs lapangan)	<i>Data Site</i> (Situs Data)
<i>Field Notes</i> (catatan Lapangan)	<i>Immersion Journal</i>
partisipasi	Keterlibatan ( <i>Engagement</i> )
Observasi	Oprasi Data
<i>Participant Observer</i> (Pengamat Peserta)	<i>Engaged Data Operations</i> (Operasi Data Terlibat)
Interpretasi	Integrasi

Tabel 2.1 Perbedaan etnografi dan Netnografi

<sup>40</sup> Setyowati Setyowati, "Etnografi Sebagai Metode Pilihan Dalam Penelitian Kualitatif Di Keperawatan," *Jurnal Keperawatan Indonesia* 10, no. 1 (2014): 35–40, <https://doi.org/10.7454/jki.v10i1.171>.

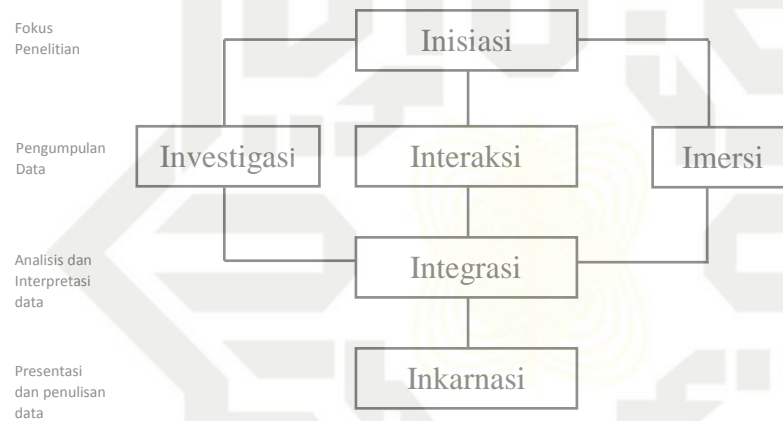
<sup>41</sup> Gatut priowidodo, *Monograf Netnografi Komunikasi: Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan*.

<sup>42</sup> Dr.Eriyanto, *Metode Netnografi, Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*.

#### 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.

Dalam penelitian netnografi sendiri tentu memiliki beberapa tahapan dalam penelitiannya. Metode netnografi sendiri telah mengalami perkembangan yang mana sebelumnya mengenai studi komunitas virtual, kini beralih menjadi pengalaman social secara daring atau online yang mencakup percakapan media social, yang tentunya hal ini juga di pengaruhi dari perkembangan teknologi. Jika dilihat dari penelitian netnografi lama, maka peneliti harus menemukan komunitas virtual untuk didalami. Sementara itu dalam penelitian netnografi yang telah mengalami evolusi penelitian memusatkan perhatian pada percakapan yang terjadi di sebuah sosial media. Untuk lebih jelasnya berikut tahapan penelitian yang dilakukan pada metode netnografi.



**Gambar 2.8 Tahap Penelitian Netnografi**  
(Sumber : Buku metode Netnografi)

**Inisiasi**, dalam penelitian netnografi tahap pertama harus menentukan tujuan yang ingin dicapai dan menjadi fokus penelitian. Untuk dapat merumuskan sebuah tujuan penelitian yang jelas, peneliti juga perlu melakukan sebuah proses untuk memahami kajian terdahulu, mencari celah apa yang belum diteliti dari penelitian sebelumnya. **Investigasi**, penelitian netnografi ini merupakan penelitian yang berupa data site. Dalam tahap ini peneliti perlu untuk mencari, menyeleksi dan kemudian menyimpan data untuk diteliti. Kemudian peneliti mencocokkan dengan tujuan yang di dapat untuk diteliti. **Interaksi**, dalam tahap ini peneliti melakukan interaksi dengan subjek dan objek yang akan diteliti, interaksi yang dilakukan yakni berupa percakapan di media sosial. Selain itu bentuk interaksi yang dilakukan dalam penelitian netnografi ini dapat dilakukan melalui keterlibatan, yang mana peneliti terlibat

#### 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.

langsung dengan data yang diteliti. Keterlibatan peneliti dapat berupa mengamati percakapan, mengunduh percakapan, dan terlibat dalam percakapan. **Imersi**, imersi dalam penelitian netnografi yaitu menceburkan diri kedalam sesuatu yang diteliti yang disajikan dalam bentuk catatan. Catatan imersi yang didapat dalam penelitian netnografi ini berasal dari jejak online yang sudah ada ketika melakukan penelitian. Peneliti melakukan pencatatan data digital yang beragam. **Integrasi**, dalam tahap integrasi atau interpretasi data yang dilakukan dalam penelitian netnografi ini menginterpretasikan semua data yang didapat selama melakukan penelitian dan pengumpulan data. Yang mana masa interpretasi data terjadi secara terus menerus, dan memastikan data sesuai dengan data penelitian. **Inkarnasi**, tahapan terakhir dalam penelitian netnografi ini adalah mengkomunikasikan hasil penelitian yang dibuat dalam berbagai jenis laporan penelitian. Baik itu berupa skripsi, thesis, disertasi, buku, blog, internet, dan sebagainya.

#### 2.2.2. User Generated Content

*user generated content* (UGC) ialah sebuah sajian konten yang berisi foto, audio, animasi, dan video yang dimuat oleh pemilik akun pada sebuah platform media sosial. UGC juga bisa dikaitkan oleh konten buatan pengguna yang dimuat secara digital.<sup>43</sup> Hingga kini semua jangkauan yang ada di UGC sudah ramai dimajukan dan disebarluaskan kepada beberapa pandangan dibidang lain yaitu bidang bisnis, bidang kesehatan, bidang pendidikan, dan pemerintahan.<sup>44</sup> Keberadaan UGC membagikan keuntungan yang turut dirasakan oleh kedua belah pihak, baik dari perspektif content creator ataupun bagi para masyarakat yang turut melihat sajian konten dari platform media sosial tiktok tersebut. Masyarakat yang pada dasarnya mempunyai ambisi untuk memproduksi sebuah konten, dan menyebarkan kisah ataupun seputar kegiatan mereka dari perspektifnya sendiri.

Salah satu yang diberikan oleh UGC adalah dengan menjadi satu kekuatan dari sosial media sebab pemilik akun mampu menciptakan kontennya sendiri dan dapat memikat pengguna lainnya, hal ini pula yang diidentifikasi bahwasannya UGC mempunyai peran yang

<sup>43</sup> A Nur Aisyah Rusnali, "Penggunaan User Generated Content (UGC) Tiktok Dalam Dunia Kesehatan," *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 27, no. 2 (2019): 49–56.

<sup>44</sup> Desi Rubyanti and Irwansyah Irwansyah, "Peran User Generated Content (Ugc) Instagram Pada Industri Makanan," *Mediakom* 4, no. 1 (2020): 1–24, <https://doi.org/10.32528/mdk.v4i1.3569>.

#### 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.

sangat penting dalam melahirkan kreatifitas dalam bentuk konten digital, yang mampu membantu dalam berekspresi, berinteraksi, dan mengumpulkan, serta menyebarluaskan suatu informasi.<sup>45</sup> Keunggulan yang diberikan dari UGC ini ialah pengguna yang menyaksikan tayangan video secara berulang sesuai dengan keinginan dan kepentingan masing-masing penggunanya. Disisi lain UGC merupakan ulasan yang dibuat oleh pengguna, yang pada dasarnya sangat percaya dengan sebuah testimony, dan berdasarkan dengan pengalaman yang nyata.<sup>46</sup> Dalam hal ini *platform* media sosial tik tok menjadi salah satu dari beberapa media yang seringkali digunakan pada pemanfaatan dan penerapan UGC. UGC ditentukan oleh sebagian besar peralatan yang ada di dalam sebuah penelitian yang dikategorikan berdasarkan karakteristik sumber, pengguna dan konten.<sup>47</sup>

Meskipun UGC sering membingungkan jika dibandingkan dengan *word of mouth* (mulut ke mulut), tetapi di balik itu semua tentu keduanya memiliki karakteristik yang berbeda hanya saja tergantung pada konten yang dibuat oleh pengguna atau konten disampaikan oleh pengguna, tentu hal ini menjadi sesuatu yang berbeda.<sup>48</sup> Seorang pengguna media biasanya memiliki dua tujuan utama saat membuat UGC. Tujuan pertama yaitu untuk memproduksi content yang benar-benar asli untuk menarik perhatian kepada tujuan produk. Tujuan kedua dari pembuatan UGC biasanya sedikit memiliki atau bahkan tidak ada minat dalam mempromosikan produk, tetapi mungkin masih terlibat secara mendalam dan khusus untuk meningkatkan yang sudah ada atau mengembangkan sesuatu yang baru.<sup>49</sup>

<sup>45</sup> Herman Purba and Irwansyah, "User Generated Content Dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review," *Jurnal Professional* 9, no. 2 (2022): 229–38.

<sup>46</sup> Vania Jovita Putri, "Pengaruh User-Generated Content (Ugc) Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Dapur Mbok Sarminah," *Performa* 5, no. 2 (2020): 95–102, <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1536>.

<sup>47</sup> Jason M.S. Lam, Hishamuddin Ismail, and Sean Lee, "From Desktop to Destination: User-Generated Content Platforms, Co-Created Online Experiences, Destination Image and Satisfaction," *Journal of Destination Marketing and Management* 18, no. July (2020): 100490, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100490>.

<sup>48</sup> Faizal Wayan Umbara, "User Generated Content Di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis," *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 4, no. 2 (2021): 572–81, <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/366>.

<sup>49</sup> Vivin Arbianti Gautama, "2394 | User Generated Content Pada Tiktok Dan Penggunaannya Di Kalangan Muda (Vivin Arbianti Gautama) User Generated Content Pada Tiktok

#### 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.

#### 2.2.2.1. Dampak *user generated content*(UGC)

Beberapa para ahli sering berargumen bahwa sifat UGC yang tidak terverifikasi dan tidak mengarah pada konten yang juga tidak dapat diandalkan untuk mengubah dunia secara berarti, dalam hal ini UGC mungkin mempengaruhi pasar meskipun terdapat beberapa tantangan. Ini akan menimbulkan potensi untuk membentuk kembali bagaimana cara media digunakan dan dibuat dalam skala yang besar.<sup>50</sup>

#### 2.2.2.2. Karakteristik *user generated content*

Dapat diunggah dan diakses oleh siapapun secara publik, yang artinya surat elektronik atau e-mail dan pesan instan antara dua orang tidak termasuk sebagai UGC. Menambahkan nilai pribadi dari pengguna atau yang pengunggah secara kreatif, dapat berupa kerja sama atau personal, Itu Artinya mengunggah ulang suatu konten orang lain atau profesional bukan termasuk UGC. Tidak bertujuan untuk kalangan atau arah yang profesional dan bisnis, tujuan dan motivasi lebih kepada popularitas, kemampuan atau sebagai bentuk ekspresi.<sup>51</sup>

Dalam hal ini UGC atau konten yang dihasilkan tidak dibuat oleh pihak resmi pemilik platform, melainkan para *user* atau akun yang tergabung dalam suatu platform sehingga menjadi anggota komunitas. Setiap akun yang menghasilkan sebuah konten juga memiliki komunitas baik berupa kumpulan penggemar, atau setiap user yang berkomentar disalah satu konten yang mengangkat sebuah tema sehingga membentuk sebuah budaya. Dalam hal ini netnografi memiliki hubungan yang menghubungkan antara UGC dan netnografi. Netnografi seringkali menggunakan UGC sebagai data kunci untuk menggali wawasan mengenai pola perilaku, nilai, dan dinamika komunitas online. Melalui UGC penelitian netnografi dapat memahami bagaimana individu atau kelompok berinteraksi, berkomunikasi, dan menciptakan makna dalam lingkungan online. Penggunaan UGC dalam konteks netnografi memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang realitas social di dunia digital. UGC yang mencakup segala bentuk konten

Daftar Penggunaannya Di Kalangan Muda,” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)* 6, no. 4 (2022): 2598–9944, <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.3749/http>.

<sup>50</sup> Michael Luca, “User-Generated Content and Social Media” 1 (2015): 563–92, <https://doi.org/10.1016/b978-0-444-63685-0.00012-7>.

<sup>51</sup> Rumaysha Gikha Nisrina, “User Generated Content Sebagai Strategi Komunikasi Perilaku Konsumen Digital: Studi Kasus Fenomena #shopeehaul,” *Jurnal Komunikasi Profesional* 5, no. 6 (2021): 558–71, <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i6.4316>.

#### 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.

baik dalam lingkup jasa atau produk yang dibuat dan dipublikasikan oleh *user* atau pengguna di media sosial. Adapun hubungan lainnya antara studi netnografi dan *User Generated Content* tentu memiliki hubungan, yaitu hubungan netnografi dan UGC adalah :

#### a) Sumber Data Utama

- 1) **UGC:** UGC menyediakan data mentah yang kaya untuk penelitian netnografi, seperti Komentar, postingan, dan interaksi yang dihasilkan oleh pengguna di platform online merupakan bahan utama yang dianalisis dalam studi netnografi.
- 2) **Netnografi:** Netnografi memanfaatkan UGC untuk memahami dinamika sosial, budaya, dan perilaku komunitas online. Peneliti netnografi mengumpulkan dan menganalisis UGC untuk mengidentifikasi pola, makna, dan konteks dari interaksi digital.

#### b) Pemahaman Budaya dan Komunitas:

- 1) **UGC:** Melalui UGC, peneliti dapat mengamati bagaimana pengguna berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun identitas mereka dalam komunitas online.
- 2) **Netnografi:** Studi netnografi menggunakan UGC untuk menggali wawasan mengenai norma, nilai, dan praktik komunitas online itu sendiri. Ini membantu peneliti memahami bagaimana komunitas online terbentuk, berkembang, dan berfungsi.

#### c) Analisis Perilaku Online:

- 1) **UGC:** UGC mencerminkan perilaku dan preferensi pengguna secara spontan dan autentik, memberikan data yang relevan untuk analisis perilaku.
- 2) **Netnografi:** Netnografi menganalisis UGC untuk mengeksplorasi perilaku online, termasuk motivasi, keterlibatan, dan reaksi pengguna terhadap berbagai topik atau peristiwa bahkan isu.

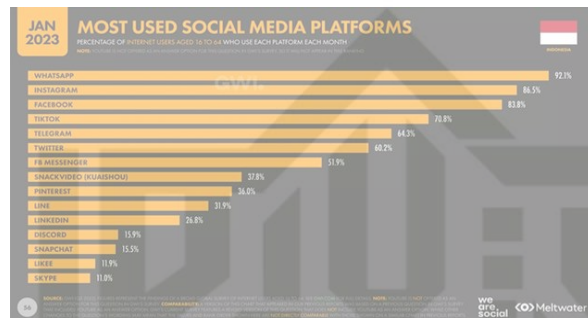
### 2.2.3. Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media internet yang mendukung penggunaannya untuk mengakses informasi secara mudah, dan cepat. Selain dapat digunakan untuk mencari dan mendapatkan informasi, media sosial juga menjadi tempat berinteraksi secara daring dengan semua orang tanpa peduli jarak, ruang, dan waktu yang kemudian membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial sangat memiliki banyak ragam dan jenis, sekitar 49% warga negara

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diararang 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.

Indonesia adalah pengguna aktif media sosial.<sup>52</sup> jenis-jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat pun sangat beragam. Menurut hasil riset dari "we are social" pada tahun 2023 dari sekian banyaknya media sosial yang dikenal oleh masyarakat media yang paling sering digunakan di Indonesia adalah Whatsapp, Instagram, Facebook, Tik Tok, Telegram, dan Twitter.



**Gambar 2.9** Persentasi pengguna sosial media terbanyak  
(Sumber : we are social 2023)

Jika dilihat pada media sosial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Tik tok menempati posisi ke-4 pada tahun 2023 dengan tingkat keseringan dalam penggunaan oleh para pengguna di Indonesia. Hal ini juga tentu mendukung bahwa pemanfaatan media sosial tik tok sebagai platform menyebarkan informasi yang sedang tren. Hal ini juga dibuktikan berdasarkan hasil *survey* pada bulan Januari 2024 oleh *we are social* yang mana penggunaan aplikasi tiktok mengalami kenaikan yakni mencapai 73,5%.<sup>53</sup> Cara berkomunikasi yang dilakukan pada platform media sosial pun diperkirakan sangat berhasil dalam memberikan efek pada pencarian informasi, cara untuk menilai dan mengambil keputusan.<sup>54</sup> Menurut Van Dijk media sosial ialah *platform* media yang mempusatkan

<sup>52</sup> Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)," *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80, <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>.

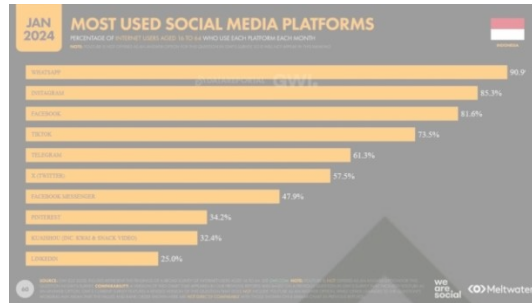
<sup>53</sup> Andi Dwi Rianto, "Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024," *andi.link*, 2024, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>.

<sup>54</sup> R E Sihotang and R M U Malau, "Pengelolaan User-Generated Content Sebagai Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun Instagram@ Thehousetourhotel," *EP Proceedings ...* 7, no. 1 (2020): 1805–15.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

perhatian kepada keberadaan pemakai yang menyediakan penggunaannya dalam melakukan aktifitas maupun bekerja sama.<sup>55</sup>



Gambar 2.10 Persentasi pengguna sosial media terbanyak  
(Sumber : we are social 2024)

Pada dasarnya dengan media sosial seakan sebuah kiasan yang menyatakan “dunia ada dalam genggaman” adalah suatu hal yang benar. Sebab segala bentuk informasi dan pengetahuan bahkan berita pun berseliweran di jagat maya media sosial. Segala hal dan topik dibicarakan di media sosial. Mulai dari politisi yang berkampanye dan *branding* diri, perusahaan yang menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk, seorang praktisi dengan lingkungan dan kehidupan social yang tidak bias dilepaskan dari media social, dengan jumlah pengguna media social yang akan terus bertambah di masa yang akan datang menjadikan percakapan media social hamper menyamakan kondisi aktual dan terkini di kehidupan *offline*.<sup>56</sup> Jumlah pengguna aktif media sosial kini melebihi 5 miliar orang, mencakup sekitar 62,3 persen dari total populasi global.



Gambar 2.11 Jumlah pengguna media sosial  
(Sumber : We Are Social)

<sup>55</sup> Ahmad Setiadi, “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila,” *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, no. 1 (2022): 71–82, <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>.

<sup>56</sup> Dr.Eriyanto, *Metode Netnografi, Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

## 2.2.3.1. Karakteristik media sosial

*Partisipasi*, mendorong dalam memberikan kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang merasa tertarik dan berminat dalam menggunakannya, hingga menyamarkan batas antara media dan audiens. *Keterbukaan*, pada umumnya media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui masukan voting, komentar, dan berbagi informasi. Tak banyak sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan. *Perbincangan*, dalam hal ini mungkin saja terjadi perbincangan antara pengguna secara “dua arah”. *Komunitas*, media sosial sangat memungkinkan dalam terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan yang sedang beredar. *Keterhubungan*, kebanyakan media sosial tumbuh subur disebabkan oleh kemampuan melayani hubungan antara pengguna, melalui fasilitas tautan (links) ke website, sumber informasi, dan berbagai pengguna lainnya.<sup>57</sup>

## 2.2.3.2. Jenis-jenis media sosial

*Pertama*, Media sosial berbagi Video, Media sosial berbagi video ini dinilai cukup membantu dalam menyebarkan informasi berbasis video visual seperti Youtube, Tik tok, Video dan lainnya. Youtube menyediakan tata cara bersosialisasi untuk memperoleh opini dan bahan tontonan.<sup>58</sup> *Kedua*, Media sosial microblog, Media microblog tergolong kedalam salah satu susunan media social yang mudah untuk dijumpai dan digunakan dibandingkan media yang lainnya. Media yang tergolong dalam media sosial microblog adalah facebook, twitter, dan tumblr.<sup>59</sup> Penyebaran konten yang berisikan segala bentuk informasi dari jumlah *like*, *koment* dan *raply* yang didapat dari postingan para pengguna menunjukkan bahwa microblog sukses melakukan pengolahan

<sup>57</sup> Rizky Ramanda Gustman, “Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan,” *Sinta3jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2015): 224–42.

<sup>58</sup> Evans W. Wirga, “Content Analysis on Youtube Social Media to Support Political Campaign Strategies,” *Jurnal Ilmiah Informatika Dan Komputer* 21, no. 100 (2016): 14–26, <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/infokom/article/view/1716>.

<sup>59</sup> Tongkotow Liedfray, Fonny J Waani, and Jouke J Lasut, “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara,” *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022): 2.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang 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 dengan baik.<sup>60</sup> *Ketiga*, Media sosial berbagi jaringan social, Media sosial yang tergolong kedalam jaringan sosial adalah facebook, *google plus*, dan *path*, yang mana menjadi aplikasi media sosial yang menonjol karna dengan jumlah pengguna yang cukup banyak di Indonesia. *Keempat*, Media sosial berbagi jaringan *professional*, Kalangan yang menggunakan media sosial ini biasanya golongan akademis seperti mahasiswa dan para peneliti, bahkan para pekerja pemerintahan. Aplikasi media sosial yang termasuk dalam berbagi dalam jaringan *social professional* adalah *Linkedin*, *Scribd*, dan *Slideshare*. *Kelima*, Media sosial berbagi foto, Aplikasi dengan media sosial berbagi foto ini memang dinilai sangat *tren* dikalangan masyarakat, seperti halnya media sosial ini lebih banyak menyediakan layanan komunikasi informasi berupa foro atau gambar. Aplikasi yang terkenal dalam jaringan media sosial ini adalah *pinterest*, *picart*, *flivkr*, dan *Instagram*. Hal ini dikarenakan media sosial ini dinilai mampu melengkapi segala macam hal yang dibutuhkan pengguna.<sup>61</sup>

#### 2.2.4. Tik Tok

Aplikasi tik tok yang berasal dari tiongkok (cina) pada tahun 2016 yang mana awalnya dikenal di tiongkok sendiri sebagai aplikasi *Douyin*, dan secara international dikenal sebagai tik tok yang kita kenal sampai saat ini.<sup>62</sup> Aplikasi ini pertama kali di kemukakan oleh perusahaan yang bernama *Byte Dance Inc*. Aplikasi tik tok merupakan aplikasi yang berbasis video berdurasi kurang lebih 15-60 detik.<sup>63</sup> Setelah melakukan upgred kini tik tok sudah dapat mengupload video dengan durasi yang lebih lama yakni bisa mencapai 10 menit. Dikelilingi dengan aplikasi yang hampir serupa namun aplikasi tik tok tetap menunjukkan keunggulannya, sehingga dapat dilihat bahwa banyak aplikasi media sosial yang menyediakan

<sup>60</sup> Ariandi Putra and Irwansyah Irwansyah, "Orkestrasi Buzzer Melalui Media Sosial Microblogging Dalam Kampanye Penanganan Virus Covid-19," *Jurnal Riset Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 269–89, <https://doi.org/10.38194/jurkom.v3i2.151>.

<sup>61</sup> Witanti Prihatiningsih, "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja," *Communication* 8, no. 1 (2017): 51, <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>.

<sup>62</sup> Matthew Brennan, *Attention Factory: Kisah TikTok Dan Byte Dance-Perusahaan Teknologi China*, ed. Paulina Dewanti, Agreement (China: PT Elex Media Komputindo, 2020).

<sup>63</sup> Tri Buana and Dwi Maharani, "Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak," *Jurnal Inovasi* 14, no. 1 (2020): 1–10, <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/download/1390/750>.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang 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.

fitur serupa dengan aplikasi tik tok.<sup>64</sup> Sebagai salah satu contohnya yaitu Instagram yang menyediakan fitur serupa seperti tik tok yang di beri nama reels, kemudian youtube juga mengupgred fitur barunya yang serupa dengan aplikasi tik tok yaitu Short. Namun walaupun persaingan dimana-mana tik tok tetap tampil percaya diri dengan mampu menyaingi aplikasi-aplikasi lainnya.

Aplikasi tiktok sendiri didirikan oleh perusahaan besar di tiongkok, cina yaitu bytedance yang berawal dari agregasi berita pada 2012 kemudian menjadi aplikasi penyedia video pendek khusus untuk Negara tiongkok cina itu sendiri yaitu douyin pada 2016-2018, hingga kelasnya naik menjadi aplikasi internasional (non-cina) yaitu tiktok pada 2018-sekarang. Yang mana 3 aplikasi tersebut adalah pendorong pertumbuhan perusahaan tersebut dengan cepat.<sup>65</sup>

Perkembangan tik tok di Indonesia sendiri cukup tinggi sebab Indonesia menduduki posisi ke-6 dengan pengguna aplikasi tik tok terbanyak di dunia.<sup>66</sup> Sementara itu tiktok mulai masuk dan terkenal di Indonesia pada tahun 2017 yang kemudian semakin meningkat pada tahun 2020 yaitu pada saat pandemi covid 19. Tak jarang para seleb tik tok yang terkenal saat ini banyak mengakui bahwasannya pada awalnya mereka menggunakan tik tok karna gabut akibat pandemi. Selain itu perkembangan pesat aplikasi tiktok tidak lepas dari dukungan perusahaan induk, selain itu cara pengaturan aplikasi tik tok itu sendiridikenal unik,ditambah dukungan yang signifikan membuat aplikasi ini berkembang dengan pesat secara terus menerus.

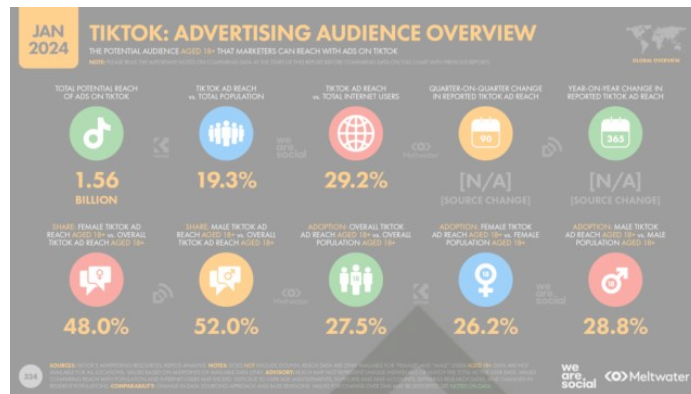
<sup>64</sup> Muhammad Bintang Priyono and Dian Permata Sari, "Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 17 (2023): 497–506, <https://doi.org/10.5281/zenodo.8315865>.

<sup>65</sup> Matthew Brennan, *Attention Factory: Kisah TikTok Dan Byte Dance-Perusahaan Teknologi China*.

<sup>66</sup> Danang Arradian, "Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia Dan Dunia," *Sindonews.Com*, 2022, <https://tekno.sindonews.com/read/797139/207/media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-di-indonesia-dan-dunia-1655132791>.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 2.12 Ringkasan Pengguna TikTok, Januari 2024

(Sumber : We Are Social 2024)

Pada platform dengan jumlah pengguna yang begitu besar seperti tiktok, tentu ada banyak sekali pengguna yang menginginkan videonya ditonton oleh banyak user dengan cara memainkan algoritma tiktok itu sendiri, untuk meningkatkan jumlah penonton dan like.<sup>67</sup> Aplikasi tiktok yang lahir dengan nama *douyin* untuk masyarakat cina ini, kemudian memecahkan diri untuk lebih dikenal dengan pengguna internasional dengan masih mempertahankan identitas logo hitamnya yang sudah menjadi ciri khas, hal inilah yang menjadikan aplikasi tiktok di cina dan Negara lainnya berbeda.<sup>68</sup>

Pada aplikasi tiktok yang menyediakan berbagai fitur menarik yang tentu saja dijelajahi sepenuhnya oleh para pengguna antara lain :

- a) Fitur ads, Tiktok memiliki fitur iklan yang dapat digunakan untuk menyempurnakan penyebaran konten yang dibuat oleh pengguna. Pada fitur ini pengguna dapat menentukan tujuan dalam pembuatan iklan, menetapkan anggaran dan target, melakukan unggahan video, dan menambahkan fitur Call To Action (CTA). Fitur CTA dapat menuntun penonton konten menuju suatu website, media sosial lain, melakukan tindakan

<sup>67</sup> Matthew Brennan, *Attention Factory: Kisah TikTok Dan Byte Dance-Perusahaan Teknologi China.*

<sup>68</sup> Matthew Brennan.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

pembelian dan hal lainnya sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh pengguna dari iklan yang disebarluaskan tersebut.<sup>69</sup>

- b) Fitur *TikTok shop*, Saat ini TikTok memiliki fitur berupa *TikTok shop* yang kini dapat digunakan oleh pengguna untuk melakukan transaksi berbelanja yang berkolaborasi dengan *e-commerce* Tokopedia, konten yang disajikan pun bertujuan untuk memasarkan dan mempromosikan suatu produk berupa barang yang dibutuhkan.<sup>70</sup>
- c) Fitur rekam suara, fitur ini berfungsi untuk merekam suara melalui perangkat *celluler* yang kemudian digabungkan ke dalam akun TikTok pengguna.
- d) Fitur musik, aplikasi tiktok menyediakan banyak sekali musik dan *sound* yang tentunya dapat digunakan oleh para pengguna untuk mengiringi video yang dibuat agar lebih menarik ditonton, yang mana seluruh musik yang ada di tiktok sudah memiliki izin dari pemiliknya.
- e) Fitur filter, fitur ini dibuat untuk mendukung kreatifitas konten yang akan dihasilkan oleh para pengguna agar lebih menarik dan bervariasi, selain itu fitur filter ini dinilai dapat membantu pengguna untuk tampil percaya diri.<sup>71</sup>
- f) Fitur siaran langsung, fitur ini awalnya dimaksudkan sebagai sarana untuk berinteraksi secara langsung dengan para pengikut, fitur Live Streaming kini telah berubah peran menjadi platform pemasaran dan penjualan produk. Fenomena ini dikenal dengan istilah Live Shopping, yang semakin populer terutama di platform media sosial seperti TikTok.<sup>72</sup>
- g) Fitur *gift/hadiah*, fitur ini merupakan fitur terbaru dari aplikasi tiktok saat pengguna sedang melakukan siaran langsung, yang

<sup>69</sup> Chriswardana Bayu Dewa and Lina Ayu Safitri, "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie)," *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (2021): 65–71, <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.

<sup>70</sup> Ade Ayu Oktaviani, Siti Komsiah, and Syaifuddin Syaifuddin, "Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten Dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja," *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora* 6, no. 3 (2022): 100–107, <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i3.2192>.

<sup>71</sup> Sakinah Asrat and Abdul Fadli Kalaloi, "Daya Tarik Fitur Aplikasi Tik Tok Dalam Memediasi Informasi Kesehatan Di Era Pandemi," *E-Proceeding of Management* 9, no. 2 (2022): 973–80.

<sup>72</sup> Novan Yurindera, "Minat Beli Pada Live Shopping Tik Tok Berdasarkan Sales Promotion Dan Influencer Credibility," *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer* 7, no. 1 (2023): 85–89, <https://doi.org/10.55886/infokom.v7i1.613>.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang 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.

mana pada saat sedang *live* para penonton dapat mengirimkan gift berupa macam-macam stiker yang bernilai koin yang nantinya dapat ditukar menjadi uang tunai.

- h) Fitur Voice Changer, Saat ini tiktok telah menambahkan fitur untuk pengubah suara atau voice changer yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan variasi suara yang lebih unik. Penggunaan fitur ini sangatlah sederhana, hanya dengan merekam suara atau memilih dari file yang tersimpan di smartphone pengguna.

Dari segi positif aplikasi tiktok membawa pengaruh yang baik bagi kalangan remaja khususnya dalam menyalurkan kreativitas, salah satunya adalah dalam mengasah kemampuan editing.<sup>73</sup> Namun dibalik hal positif yang ada, tidak bisa dipungkiri bahwasannya aplikasi tiktok ini memiliki dampak negatif bagi penggunanya, hal ini dapat dibuktikan pada tahun 2018 aplikasi tiktok mengalami pemblokiran sementara yang disebabkan banyaknya laporan negatif yang didapat oleh diskominfo.<sup>74</sup> Namun dengan berjalannya waktu kini aplikasi tiktok menjadi kegemaran khalayak yang tentunya harus memiliki control yang bijak dalam penggunaannya, sebagaimana diketahui bahwasannya setiap khalayak memiliki tingkat kebutuhan yang berbeda dalam menggunakan suatu media.

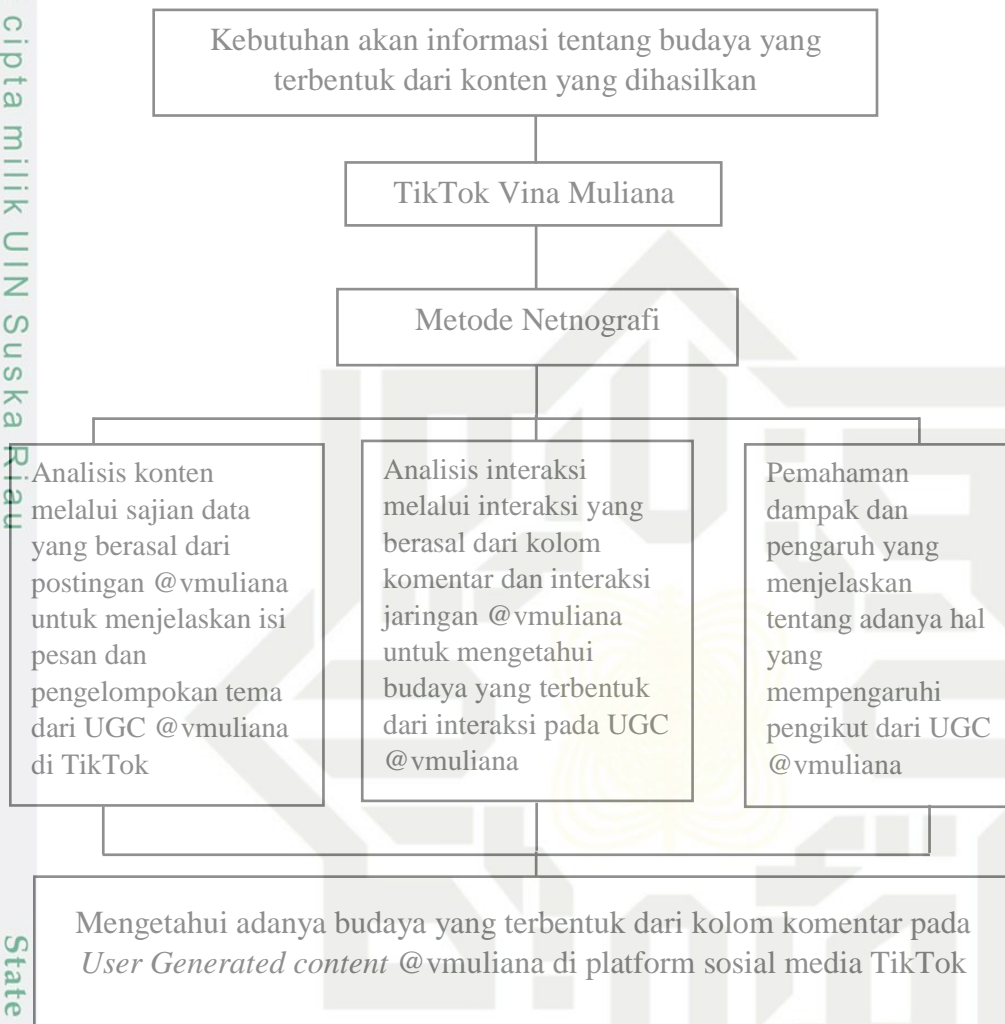
Kesuksesan aplikasi TikTok tidak lepas dari hal yang didasari pada proses peningkatan teknologi, pengalaman produk TikTok itu sendiri, serta peran promosi aplikasi saudaranya yang khusus cina (douyin).<sup>75</sup>

<sup>73</sup> Maria Ulfa Batoebara, "Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan," *Network Media* 3, no. 2 (2020): 62, <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>.

<sup>74</sup> Miftachul taubah dan Muhammad nur hadi, "Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Maharah Kalam," *Mu'allim* Vol. 2 No. (2020): 58.

<sup>75</sup> Matthew Brennan, *Attention Factory: Kisah TikTok Dan Byte Dance-Perusahaan Teknologi China*.

### 2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.13 Kerangka Berfikir

(Sumber : Olahan Peneliti)

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

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode netnografi, yakni metode yang digunakan untuk memahami budaya pengguna media sosial menurut Kozinets (2020). Budaya yang akan diteliti pada penelitian ini ialah perilaku pengguna media sosial yang sering berkerumun untuk mencari informasi yang dianggap relevan. Kasus yang diteliti pada penelitian ini adalah budaya yang terbentuk dari konten yang dihasilkan (*User Generated Content*) berdasarkan postingan pada akun @vmuliana di platform sosial media TikTok yang mana budaya ini dapat dipahami melalui sub tema yang digunakan pada konten tersebut. Yang mana penentuan sub tema melalui *sentiment analysis* yang mana *Sentiment analysis* adalah proses komputasi linguistik, *text mining*, dan pemrosesan bahasa alami yang bertujuan untuk menganalisis pendapat, evaluasi, sikap, dan emosi seseorang terhadap suatu topik, produk, layanan, organisasi, individu, atau kegiatan tertentu. Fokusnya adalah pada pengolahan opini yang mencakup polaritas, yang dapat berupa nilai sentimen positif, negatif, atau netral yang ada dalam kolom komentar sebuah konten.<sup>76</sup> Dalam penelitian ini menggunakan tools Apify sebagai alat untuk memperoleh data dalam penelitian, kemudian data tersebut diolah menggunakan data Visualizer-graphs-chat from GPT Pro, serta pengelompokan kerumunan dalam kolom komentar melalui interaksi jaringan yang didapat menggunakan Ommunalytic dengan mengolah data menjadi pengelompokan budaya berdasarkan interaksi.

Dari berbagai platform yang digunakan untuk menyampaikan seputar informasi dunia karir dan pekerjaan, penelitian ini memilih platform sosial media tiktok pada akun @vmuliana. Pilihan ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, UGC Vina muliana pada platform tiktok sangat dikenal oleh banyak pengguna, hal ini dibuktikan dari jumlah pengikutnya di tiktok lebih banyak dibanding pengikutnya pada platform sosial media lain, contohnya instagram vina muliana hanya memiliki jumlah pengikut sebanyak 1,4 juta pengikut. Kedua, melalui platform sosial media tiktok vina muliana berhasil

<sup>76</sup> Lian Ardiani, Herry Sujaini, and Tursina Tursina, "Implementasi Sentiment Analysis Terhadap Masyarakat Terhadap Pembangunan Di Kota Pontianak," *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (Justin)* 8, no. 2 (2020): 183, <https://doi.org/10.26418/justin.v8i2.36776>.

#### 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.

memenangkan kompetisi tiktok *Awards 2021* sehingga ia banyak dikenal sebagai seorang *content creator* tiktok dengan konten yang dihasilkan seputar dunia karir dan pekerjaan. Ketiga, respon para pengguna terkait *UGC* Vina Muliana di Platform tiktok dinilai sangat luar biasa, hal ini dapat dilihat dari jumlah *Viewers* setiap postingan Vina Muliana yang mencapai jutaan. Maka dari hal-hal tersebut yang menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian ini sangatlah mungkin dilakukannya penelitian untuk memahami sebuah budaya dimedia sosial menggunakan metode netnografi berdasarkan *User Generated Content* @vmuliana pada Platform Sosial Media TikTok.

### 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 3.2.1. Lokasi Penelitian

Dalam sebuah penelitian lokasi penelitian menjadi hal yang utama. Lokasi penelitian ini bisa berupa sebuah daerah tertentu seperti suku atau etnis, sebuah komunitas kecil seperti keluarga. Lokasi penelitian seolah memberi batas atas apa yang akan diteliti. Dalam penelitian ini lokasi yang menjadi tempat penelitian adalah internet, yang berdasar pada data side yang tertuju pada salah satu akun di media sosial yang juga terhubung dengan internet, yaitu akun @vmulianaa pada platform sosial media tiktok dengan penelitian online secara keseluruhan.

#### 3.2.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan selama 3 bulan terhitung sejak bulan maret sampai dengan bulan mei tahun 2024.

### 3.3. Jenis dan Sumber Data

Menurut Lofland sumber data utama dalam melakukan penelitian kualitatif ialah dengan berupa kata-kata dan tindakan hal seterusnya merupakan hal tambahan yang berupa dokumen dan lain-lain.<sup>77</sup>

#### 3.3.1. Data Primer

Menurut sugiono (2013) data primer ialah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data.<sup>78</sup> Data primer yang dihasilkan dari objek yang sedang diteliti dan berupa data dari sumber asli, atau data yang langsung di dapat dari sumber data kepada pengumpul data. Pengumpulan data diperoleh dari investigasi konten unggahan pada akun @vmuliana di tiktok yang akan dipilih

<sup>77</sup> SANDRA RAPHAEL, "Descriptive Method," *An Oak Spring Sylva* 7, no. 1 (2019): xxvii–xxviii, <https://doi.org/10.2307/j.ctvckq9v8.7>.

<sup>78</sup> Sugiono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D" (bandung: Alfabeta, 2008), 137.

berdasarkan sub tema yang berbeda. Peneliti memilih 12 video unggahan selama tahun 2023 yang akan diambil 1 video setiap bulannya dengan unggahan yang berisi seputar dunia pekerjaan dan karir. Selain itu data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data site, yang mana dalam penelitian netnografi segala sesuatu memusat pada data (data site). Dalam halnya penelitian ini menggunakan data dari kolom komentar konten yang dihasilkan vina muliana. Ketika seseorang memberikan komentar yang mengarah pada suatu persoalan atau isu dengan berbagai bentuk, contohnya dalam penelitian ini adalah *User Generated Content* Vina muliana, pada dasarnya konten yang dihasilkan oleh vina muliana tidak ditujukan untuk komunitas tertentu, namun dituju dan diterima oleh berbagai pengguna dalam arti luas yang didasarkan dari jaringan. Yang mana saat meneliti media sosial dengan metode netnografi dimulai dari data percakapan yang ada di media sosial itu sendiri. Berdasarkan hasil pra riset akun vina muliana ini sudah menarik perhatian sejak tahun 2021 dan terus berlanjut hingga saat ini, dan hal inilah yang menjadi dasar pemilihan objek penelitian ini. Studi netnografi berdasarkan UGC @vmuliana yang akan dijabarkan secara deskriptif kualitatif dengan tahapan penelitian netnografi.

### 3.3.2. Data Sekunder

Menurut sugiono (2013) data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.<sup>79</sup> Data sekunder juga bisa didapat dari sumber lain yang sudah ada, sehingga peneliti tidak perlu mengumpulkan data secara langsung dari objek yang diteliti, adapun data sekunder ini tersusun dari dokumen, referensi buku, jurnal, artiket, dan sumber lain dari internet. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari dokumen :

- a) jurnal ilmiah nasional tentang pemahaman budaya dengan metode netnografi.
- b) Buku tentang komunikasi dan metode netnografi
- c) Berita dari media massa yang relevan dalam penelitian.
- d) Arsip yang berkaitan dengan budaya dari konten yang dihasilkan oleh pengguna.

<sup>79</sup> Sugiono.

#### 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. Diarangi 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.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dirancang untuk mendapatkan informasi langsung dari lapangan dengan mengikuti langkah-langkah strategis yang disesuaikan dengan jenis penelitian yang sedang dilakukan.<sup>80</sup>

#### 3.4.1. *Scraping* Data komentar

Proses mempersiapkan data dalam penelitian ini berkaitan dengan data dari media sosial yaitu tiktok, yang merupakan sumber daya paling dinamis yang terkait dengan perilaku manusia. Teknik *Scraping* yaitu salah satu bagian dari analisis sentimen yang terdiri dari beberapa tahapan, yaitu : *pertama*, Web scraper akan diberi sejumlah url untuk dimuat sebelum proses scraper dilakukan. *Kedua*, Selanjutnya scraper memuat kode HTML laman yang dimaksud. Berdasarkan data yang berhasil dimuat pada tahapan sebelumnya, scraper akan melakukan ekstraksi data sesuai dengan kebutuhan data yang diperlukan oleh pengguna. *Ketiga*, Tahapan terakhir adalah mengumpulkan data hasil ekstraksi kedalam 1 format, CSV, bahkan JSON supaya dapat digunakan sebagai API. *Keempat*, Proses selanjutnya setelah data diekstrak dengan salah satu Teknik *scraping*, dilanjutkan dengan pembersihan dan pemrosesan data yang kemudian dianalisis.<sup>81</sup>

Fokus penelitian netnografi adalah percakapan di media sosial bukan pada tempat tertentu seperti komunitas virtual. Hal ini dikarenakan setiap pengguna media sosial saling berhubungan satu sama lainnya melalui algoritma media sosial. Dalam tahap ini yang perlu dilakukan adalah mengumpulkan data komentar dari sebuah postingan yang akan diteliti, yang mana peneliti menggunakan tools atau alat bantu berupa web untuk *scraping* data yang di input berdasarkan postingan yang sudah dipilih oleh peneliti menggunakan Apify dengan memasukan link postingan untuk mendapatkan data site berupa komentar didalam konten yang dihasilkan oleh pengguna. Yang kemudian hasil *scraping* data tersebut dioleh untuk mengetahui *sentiment analisist*, *word clod* (kata yang banyak muncul), dan pemetaan jaringan, dengan menggunakan data *visualizer/graphs/chat from GPT pro*, dan *Communalytic*.

<sup>80</sup> Amtai Alasan, *Metode Penelitian Kualitatif, Rajawali Pers* (Depok: PT RajaGrafindoPersada, 2021), file:///C:/Users/A S U S/Documents/Skripsi/bahan skripsi/SKRIPSI GABUNGAN aura.pdf.

<sup>81</sup> Yuniar, Utsalinah, and Wahyuningsih, "Implementasi *Scraping* Data Untuk Sentiment Analisis Pengguna Dompot Digital Dengan Menggunakan Algoritma Machine Learning."

**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.

No	Software	Web	keterangan
1.	<i>Apify</i>	<a href="https://console.apify.com">https://console.apify.com</a>	<i>Software</i> ini digunakan untuk <i>Scraping</i> data komentar tiktok pada postingan akun @vmuliana.
2.	Data <i>Visualizer/graphs/chat from GPT Pro.</i>	<a href="https://chatgpt.com">https://chatgpt.com</a>	<i>Software</i> ini digunakan untuk mengolah data yang didapat dari <i>Scraping</i> data untuk mengetahui sentiment analisis, dan top komen, serta top user yang aktif dalam komentar postingan vina muliana.
3.	<i>Communalytic</i>	<a href="https://edu.communalytic.org/">https://edu.communalytic.org/</a>	<i>Software</i> ini digunakan untuk mengolah hasil <i>scraping</i> data untuk mendapatkan pemetaan jaringan, dan <i>Word Clod</i>

**Tabel 3.2 Tools yang digunakan dalam pengambilan data**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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.

**3.4.2. Dokumentasi**

Selain itu data dalam penelitian ini juga didapat dari hasil pendokumentasian, yang mana informasi juga dapat diperoleh melalui berbagai jenis dokumen yang tersimpan seperti surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan, dan lain sebagainya. Data yang terdapat dalam dokumen-dokumen ini dapat digunakan untuk menelusuri peristiwa-peristiwa yang terjadi di masa lampau. Yang mana pendokumentasian data dalam penelitian ini bersasal dari catatan imersi peneliti selama melakukan penelitian. Seorang peneliti perlu memiliki kepekaan teoretis untuk menginterpretasikan makna dari semua dokumen tersebut agar tidak hanya dianggap sebagai benda-benda tanpa makna yang signifikan.

**3.5. Validitas Data**

Keaslian data sangat penting dalam penelitian, tidak hanya dalam hal pengumpulan data tetapi terutama dalam kebenaran dan relevansi data tersebut terhadap realitas yang ada, yang dikenal sebagai validitas data. Salah satu pendekatan untuk memastikan keabsahan data adalah melalui teknik triangulasi, di mana peneliti menggunakan berbagai sumber atau metode untuk memverifikasi atau membandingkan data yang dikumpulkan. Triangulasi ini meliputi empat teknik utama: menggunakan sumber data yang berbeda, berbagai metode pengumpulan data, peran dari berbagai peneliti, dan penerapan teori yang berbeda. Dalam konteks dokumen tersebut, peneliti menggunakan data dari berbagai sumber seperti analisis media, catatan tertulis, dan materi video untuk memastikan keandalan data yang digunakan dalam analisis mereka.

**3.6. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Teknik analisis data dapat dilakukan selama proses penelitian, sejak penelitian memasuki lapangan untuk mengumpulkan dan mengkorelasikan data. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan menerapkan konsep Miles dan Huberman, yang melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik analisis data adalah sebagai berikut:

**3.6.1. Reduksi data**

Mereduksi data berarti meringkas, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada yang penting, mencari tema dan pola. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang

lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

### 3.6.2. Penyajian data

Penyajian data adalah seperangkat informasi terstruktur yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan tindakan yang harus diambil. Dengan mencermati penyajian data, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Penyajian data dapat berupa diagram, uraian singkat, grafik, diagram atau tabel.

### 3.6.3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Dari data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti menarik kesimpulan yang didukung oleh bukti-bukti yang kuat selama tahap pengumpulan data. Kesimpulan adalah jawaban atas pertanyaan dan rumusan pertanyaan yang dikemukakan peneliti sejak awal.

#### 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.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### 4.1. Profil Vina Muliana



**Gambar 4.14** Foto diri Vina Muliana

(Sumber : Liputan6.com)

Vina Muliana adalah 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.<sup>82</sup>

(Unpad) pada tahun 2014 dengan gelar sarjana. Dengan mendapatkan beasiswa penuh, dia melanjutkan pendidikan magister di London School of Public Relations (LSPR) dengan spesialisasi marketing communications dan berhasil lulus pada tahun 2017. Meskipun pendidikan formalnya tidak sepenuhnya sesuai dengan bidang kerjanya, Vina Muliana telah menjadi inspirasi bagi banyak orang untuk tetap bersemangat dalam mengejar karier yang diinginkan.

Selama periode 2015 hingga 2018, Vina Muliana bekerja sebagai jurnalis di Liputan6.com sambil mengejar gelar magister. Pengalaman ini memberinya kesempatan untuk memperdalam keterampilan berbicara di

<sup>82</sup> Rakli Almughni, "Vina Muliana," *Tribunnewswiki.Com*, 2022, <https://www.tribunnewswiki.com/2022/05/23/vina-muliana>.

#### 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.

depan umum (public speaking) dan komunikasi, yang merupakan hal yang sangat dia pelajari baik dari pekerjaan maupun pendidikan formalnya. Setelah itu, Vina beralih ke pekerjaan di Kementerian Badan Usaha Milik Negara, mulai dari spesialis komunikasi hingga menjadi Asisten Wakil Menteri BUMN 1. Akhirnya, Vina menemukan posisinya di BUMN sebagai HR Senior Associate di MIND ID, sebuah perusahaan holding industri pertambangan Indonesia.<sup>83</sup>

Pada tahun 2014, Vina Muliana meraih prestasi yang luar biasa dengan menjadi pemenang Kontes Abang dan None Jakarta, di mana dia dinobatkan sebagai None Jakarta. Keistimewaan dari pencapaiannya adalah bahwa Vina adalah None Jakarta pertama yang memenangkan gelar tersebut dengan mengenakan hijab, sebuah pencapaian yang membuatnya mencatat sejarah dalam kontes tersebut. Selanjutnya, pada tahun 2018, Vina juga mencatatkan diri sebagai model catwalk di acara Indonesia Fashion Week 2018.<sup>84</sup>

Meskipun memiliki jadwal yang sangat padat sebagai seorang pegawai BUMN, Vina A. Muliana tetap aktif di media sosial, terutama di TikTok. Di platform tersebut, Vina rajin membagikan konten-konten berguna terkait tips karier di BUMN. Tak hanya itu, Vina juga kerap mengunggah informasi seputar proses melamar pekerjaan, mulai dari cara menyusun CV hingga tips sukses dalam wawancara kerja. Semua kontennya disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh para pengguna TikTok.

Vina Muliana telah meraih penghargaan Best of Learning & Education di TikTok Awards Indonesia 2021 atas kontribusinya dalam pembuatan konten yang bermanfaat bagi para pencari kerja, sesuai dengan laporan oleh Pamungkas (2022). Selain itu, namanya juga terdaftar sebagai penerima penghargaan Forbes 30 Under 30 2022 dan Digital Stars Forbes Indonesia 2022. Kehadiran Vina Muliana semakin diperbincangkan, dengan sering diundang sebagai pembicara di berbagai acara karena dianggap mampu memberikan inspirasi bagi banyak orang.<sup>85</sup>

#### 4.2. Profil Akun Tik Tok Vina Muliana (@vmuliana)

Vina Muliana memulai perjalanan di TikTok dengan membuat akun @vmuliana pada tahun 2020, dan ia membagikan unggahan video pertamanya pada tanggal 24 Februari 2021. Hingga saat ini, video

<sup>83</sup> Almughni.

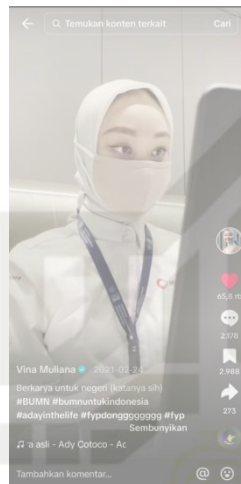
<sup>84</sup> Surya Aditiya, "Profil Vina Muliana Content Creator Masuk Forbes 30 under 30," *Viva.Co.Id*, 2022, <https://www.viva.co.id/berita/bisnis/1478935-profil-vina-muliana-content-creator-masuk-forbes-30-under-30>.

<sup>85</sup> Aditiya, "Profil Vina Muliana, Content Creator Masuk Forbes 30 under 30."

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

debutnya telah memperoleh 65,7 ribu likes serta berbagai komentar positif dari netizen, khususnya terkait topik karier. Video tersebut dilengkapi dengan caption "Berkarya untuk negeri (katanya sih)" dan beberapa tagar khusus seperti #BUMN, #bumnuntukindonesia, #adayinthelife, #fydongggggggg, dan #fyp.



**Gambar 4. 15 Video Pertama Pada Akun TikTok @vmuliana**  
(Sumber : TikTok)

Awalnya, Vina hanya melakukannya secara iseng, ingin memberikan solusi kepada pengguna TikTok terkait karier di tengah pandemi Covid-19. Video pertamanya dibuat dengan gaya yang simpel. Namun, hanya dalam waktu satu minggu setelahnya, ia membuat konten berjudul "Kerja di Kementerian rasa Start Up Check", yang kemudian menjadi viral dan menarik perhatian banyak pengguna TikTok. Dari situlah, Vina mulai mengunggah secara konsisten video-video tentang tips dan cara kerja di BUMN, dan hal tersebut membawanya mendapatkan perhatian khusus dari banyak pengguna TikTok, sesuai laporan oleh Syamsiyah (2021). Vina kemudian mulai mengambil hal tersebut dengan serius, yang berujung pada peningkatan views dan likes yang signifikan.

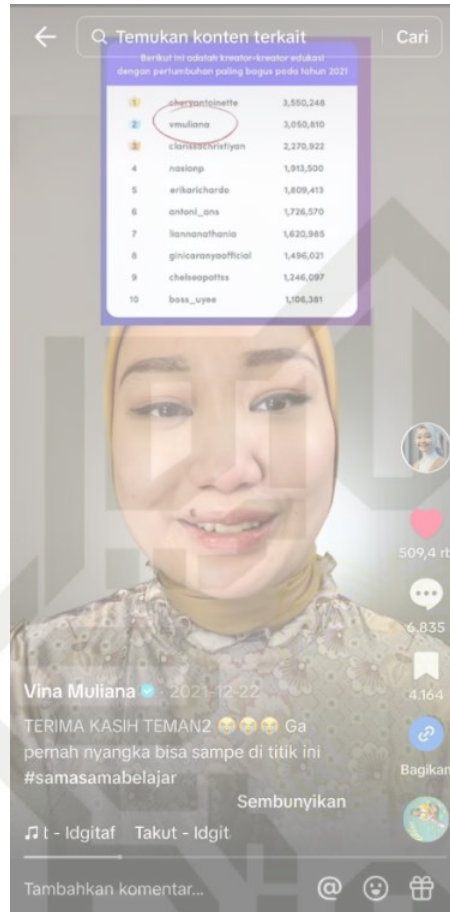
Dalam waktu satu bulan pertama, akunya berhasil mendapatkan 100 ribu pengikut. Dan dalam tiga bulan berikutnya, jumlah pengikutnya melonjak hingga mencapai 1 juta. Bahkan belum genap satu tahun, Vina telah berhasil mengumpulkan 3,6 juta pengikut.<sup>86</sup> Kesuksesannya ini

<sup>86</sup> Fiqih Rahmawati, "Vina Muliana, Kreator TikTok Yang Jadi Malaikat Bagi Para Jobseeker," *Kompas Tv*, 2022, <https://www.kompas.tv/entertainment/249188/vina-muliana-creator-tiktok-yang-jadi-malaikat-bagi-para-jobseeker?page=all>.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

membuat Vina dinobatkan sebagai Top Fastest Growing nomor dua di TikTok Indonesia.



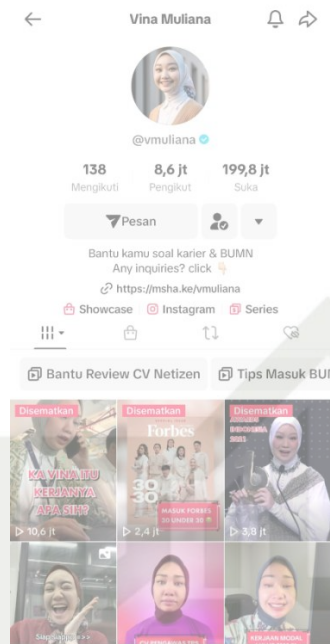
**Gambar 4.16** Akun *TikTok* @vmuliana sebagai *Top Fastest Growing* nomor dua dari *TikTok* Indonesia pada tahun 2021

(Sumber : *TikTok*)

Pada tanggal 11 Februari 2024, akun @vmuliana telah mengumpulkan total pengikut sebanyak 8,6 juta orang, dengan jumlah keseluruhan likes mencapai 199,8 juta. Meskipun demikian, Vina hanya mengikuti 138 akun lainnya. Dalam bio akunnya, tertera kutipan "Bantu kamu soal karier & BUMN". Vina juga menyisipkan sebuah tautan yang memberikan informasi mengenai dirinya, kerjasama, dan mengarahkan pengikutnya ke akun Instagram pribadinya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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



**Gambar 4.17 Profil Akun TikTok Vina Muliana (@vmuliana)**  
(Sumber : TikTok)

Tanda centang verifikasi yang terletak di sebelah nama pemilik akun TikTok @vmuliana menegaskan bahwa akun tersebut telah diakui oleh TikTok. Verifikasi tersebut pada dasarnya berfungsi sebagai indikasi bagi pengguna bahwa akun terkemuka yang mereka ikuti adalah asli. Baik itu untuk halaman personal, organisasi nirlaba, institusi, bisnis, atau merek resmi, lencana verifikasi ini membantu dalam membangun kepercayaan pengikut mereka di dalam komunitas TikTok.



**Gambar 4.18 Akun TikTok @vmuliana terverifikasi**  
(Sumber : TikTok)

Vina tetap konsisten dalam mengunggah lima hingga tujuh video setiap minggu di akun TikTok-nya. Tema utama yang diangkat adalah

seputar karier dan BUMN. Konten-konten yang diunggah cenderung beragam, mulai dari serba-serbi curriculum vitae (CV) pelamar kerja, pertanyaan wawancara kerja beserta cara menjawabnya, hingga keterampilan yang dibutuhkan untuk sukses di tempat kerja. Selain itu, Vina juga membagikan konten-konten yang menampilkan kegiatan pribadinya sehari-hari, ditandai dengan judul video seperti "Day in My Life" dan "Night in My Life". Dalam video tersebut, Vina juga sering mempromosikan produk atau merek tertentu. Selain itu, ia juga mengunggah video-video di balik layar dan video giveaway.

Akun TikTok Vina Muliana dilengkapi dengan berbagai kategori konten yang memudahkan para pengikutnya dalam menemukan video yang ingin mereka tonton. Ada sebelas kategori konten yang tersedia, termasuk "bantu review CV netizen", "Tips masuk BUMN", "Vinu tanya Vina", "Tutorial LinkedIn", dan lain-lain. Prestasi Vina Muliana dalam membangun pengikut yang besar di TikTok menunjukkan bahwa ia memiliki gaya khasnya sendiri, terutama sebagai seorang pembuat konten edukasi yang fokusnya adalah karier di BUMN. Selain memberikan tips-tips karier di BUMN, Vina juga sering membagikan konten-konten tentang tips melamar pekerjaan, seperti pembuatan CV dan persiapan wawancara kerja. Keberhasilannya ini membantu memperkuat personal branding-nya. Dengan total rata-rata penonton yang mencapai ribuan hingga ratusan juta, video-video Vina sering muncul di kolom "For You" TikTok dan mendapatkan banyak views serta pujian berupa likes dan komentar dari pengikut maupun non-pengikutnya.

### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### State Islamic University of 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada akun @vmuliana pada Platform sosial media Tiktok, dengan judul studi netnografi terhadap *user generated content* @vmuliana pada platform sosial media tiktok. Dapat disimpulkan bahwa, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis *user generated content* (UGC) pada akun @vmuliana di platform sosial media TikTok melalui metode penelitian netnografi. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan dianalisis. Akun @vmuliana menunjukkan tingkat interaksi yang tinggi dengan pengikutnya. Komentar, likes, dan shares pada setiap postingan mencerminkan keterlibatan aktif dari komunitas pengguna. Ini menunjukkan bahwa konten yang dibagikan berhasil menarik perhatian dan membangkitkan minat penonton. Konten yang dihasilkan oleh pengguna pada akun @vmuliana cenderung berkualitas tinggi, baik dari segi informasi maupun presentasi visual. Penggunaan musik, efek visual, dan narasi yang menarik meningkatkan daya tarik konten, membuatnya lebih menarik dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Selain itu tema konten yang dibahas di akun @vmuliana beragam, mencakup topik-topik yang dibahas pada penelitian ini seperti tips dan trik, pertanyaan dan cara menjawab interview, dan serba serbi mencari kerja.. Keragaman ini membantu menjangkau penonton yang lebih luas dan memenuhi berbagai kebutuhan informasi bagi pengikut. Peran komunitas yang membangun interaksi pengguna di sekitar akun @vmuliana memainkan peran penting dalam mempertahankan inspirasi dan popularitas akun@vmuliana. Diskusi yang terjadi di kolom komentar dan video dengan tanggapan dari pengguna lain menunjukkan adanya ikatan komunitas yang kuat dan saling mendukung. sehingga konten yang dihasilkan oleh pengguna dengan akun @vmuliana menghasilkan terbentuknya budaya yang ada di kolom komentar postingannya.

#### 6.2. Saran

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah gambaran baru bagi masyarakat dalam memahami konten-konten yang disajikan dalam media sosial khususnya tiktok. Sehingga masyarakat dapat menambah wawasan lebih luas tentang konten yang ditonton. Untuk peneliti diharapkan dapat berguna untuk memperbaiki kekurangan dalam

penelitian selanjutnya. Untuk peneliti khususnya menggunakan metode netnografi agar data yang ada dalam penelitian dapat menjadi referensi yang dapat menunjang seperti teori, analisis, penjabaran hingga pembahasan yang ada. Sehingga peneliti dan peneliti selanjutnya dapat menjadi satu kesatuan. Tidak hanya itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi bidang keilmuan komunikasi.



#### 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. Diarangi 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.

## DFTAR PUSTAKA

- Atiyya, Surya. "Profil Vina Muliana, Content Creator Masuk Forbes 30 under 30." *Viva.Co.Id*, 2022. <https://www.viva.co.id/berita/bisnis/1478935-profil-vina-muliana-content-creator-masuk-forbes-30-under-30>.
- Ataslan, Amtai. *Metode Penelitian Kualitatif. Rajawali Pers*. Depok: PT RajaGrafindoPersada, 2021. file:///C:/Users/A S U S/Documents/Skripsi/bahan skripsi/SKRIPSI GABUNGAN aura.pdf.
- Asya Putri Rabbani, Andry Alamsyah, and Sri Widiyanesti. "Analisa Interaksi User Di Media Sosial Mengenai Industri Fintech Menggunakan Social Network Analysis (Studi Kasus: Gopay, Ovo Dan Linkaja)." *Jurnal Mitra Manajemen* 4, no. 3 (2020): 341–51. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i3.352>.
- Almughni, Rakli. "Vina Muliana." *Tribunnewswiki.Com*, 2022. <https://www.tribunnewswiki.com/2022/05/23/vina-muliana>.
- Andi Dwi Rianto. "Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024." *andi.link*, 2024. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>.
- Andini, Pramitha Rifa. "Pengaruh Konten Pada Official Akun TikTok Ruanguru Terhadap Prestasi Belajar Followers." *Jurnal Teroka* 1, no. 1 (2023): 15–24. <https://journals.usm.ac.id/index.php/janaloka/article/view/7022>.
- Anestiviya, Vista, and A. Ferico Octaviansyah Pasaribu. "Analisis Pola Menggunakan Metode C4.5 Untuk Peminatan Jurusan Siswa Berdasarkan Kurikulum (Studi Kasus : Sman 1 Natar)." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI)* 2, no. 1 (2021): 80–85. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>.
- Annisa, Serra. "Studi Netnografi Pada Aksi Beat Plastic Pollution Oleh United Nations Environment Di Media Sosial Instagram." *Jurnal ASPIKOM* 3, no. 6 (2019): 1109. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.411>.
- Asriani, Lian, Herry Sujaini, and Tursina Tursina. "Implementasi Sentiment Analysis Tanggapan Masyarakat Terhadap Pembangunan Di Kota Pontianak." *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (Justin)* 8, no. 2 (2020): 183. <https://doi.org/10.26418/justin.v8i2.36776>.
- Asrat, Sakinah, and Abdul Fadli Kalaloi. "Daya Tarik Fitur Aplikasi Tik Tok Dalam Memediasi Informasi Kesehatan Di Era Pandemi." *E-Proceeding of Management* 9, no. 2 (2022): 973–80.
- Asrul Hamka, Andi, Moh Yasin Soumena, and Abdul Hamid. "Peran Human Resources Development (Hrd) Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Karyawan Pada Btn Syariah Keps Parepare." *Banco* 4, no. 2 (2022): 26–28.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- Bakry, Umar Suryadi. "Pemanfaatan Metode Etnografi Dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional." *Jurnal Global & Strategis* 11, no. 1 (2017): 15. <https://doi.org/10.20473/jgs.11.1.2017.15-26>.
- Batoebara, Maria Ulfa. "Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan." *Network Media* 3, no. 2 (2020): 62. <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>.
- Biana, Tri, and Dwi Maharani. "Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak." *Jurnal Inovasi* 14, no. 1 (2020): 1–10. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/download/1390/750>.
- Danang Arradian. "Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia Dan Dunia." *Sindonews.Com*, 2022. <https://tekno.sindonews.com/read/797139/207/media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-di-indonesia-dan-dunia-1655132791>.
- Dedi Rianto Rahadi, Rusdianto Roestam, Auranissa Safrudin, Cucu Wardiman, Khansa Zahradita Hendrawan, Lilis Febrianti, and M. Rasyid Rafi Ihsani. "Pelatihan Tips Sukses Melamar Kerja Bagi Generasi Milenial." *Pengabdian Masyarakat* 4, no. 8.5.2017 (2022): 10.
- Deriyanto, Demmy, and Fathul Qorib. "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Tik Tok." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 7, no. 2 (2018): 78. <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1432/1007>.
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (2021): 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.
- Deitya Ayu, and Solten Rajagukguk. "Analisis Resepsi Khalayak Pada Aplikasi Peduli Lindungi Di Masa Pandemi Covid 19." *Jurnal Netnografi Komunikasi* 1, no. 1 (2022): 38–47. <https://doi.org/10.59408/netnografi.v1i1.6>.
- DEriyanto, MSi. *Metode Netnografi, Pendekatan Kualitatif Dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*. Edited by Nur Asri. Pertama. bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021.
- DR.A. Fadhallah. S.Psi., M.Si. *Wawancara*. 1st ed. jakarta: UNJ Press, 2020. <https://books.google.co.id/books?id=rN4fEAAQBAJ&lpg=PP4&ots=yyEGz3Y14O&dq=interview+adalah&lr&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q=interview+adalah&f=false>.
- Ehana, Emi Sita, and Drs. Afrizal Zein. "Artificial Intelligence." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2023.
- Fatih Rahmawati. "Vina Muliana, Kreator TikTok Yang Jadi Malaikat Bagi Para Jobseeker." *Kompas Tv*, 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.

<https://www.kompas.tv/entertainment/249188/vina-muliana-kreator-tiktok-yang-jadi-malaikat-bagi-para-jobseeker?page=all>.

Fidi, M, and Ageng Rara Cindoswari. "Pengaruh Perancangan Konten Tiktok Vina Muliana (@ Vmuliana ) Terhadap Kebutuhan Informasi Pada Kalangan Followers," n.d.

Put priowidodo. *Monograf Netnografi Komunikasi: Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan*. Edited by Pajna Vita. 01 ed. Depok: Rajawali Pers, 2020. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=uUCLEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Studi+netnografi+tidaklah+sama+dengan+analisis+teks,+jika+dilihat+secara+sekilas+memang+ada+sedikit+kemiripan,+sebab+pada+umumnya+sebuah+penelitian+juga+memanfaatkan+bahan+yang+sa>.

Gautama, Vivin Arbianti. "2394 | User Generated Content Pada Tiktok Dan Penggunaannya Di Kalangan Muda (Vivin Arbianti Gautama) User Generated Content Pada Tiktok Dan Penggunaannya Di Kalangan Muda." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)* 6, no. 4 (2022): 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i4.3749/http>.

Gustman, Rizky Ramanda. "Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan." *Sinta3jurnal Ilmu Komunikasijurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2015): 224–42.

Hasiholan, Togi Prima, Rezki Pratami, and Umaimah Wahid. "Utilization of Tik Tok Social Media as a Campaign Media for Handwashing Movement in Indonesia to Prevent Covid-19." *Communiverse : Journal of Communication Science* 5, no. 2 (2020): 70–80.

Hikmahwati, Sholihatul atik, and Luluk Farida. "Pemanfaatan Media Tik Tok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang." *Al-Ittishol : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (2021): 1–11.

"Kamus Besar Bahasa Indonesia," n.d. <https://kbbi.kemdikbud.go.id>.

Keshardiyanti, Dessy, Widodo Agus Setianto, and Seipah Kardipah. "Privacy Concern Dan Isu Penipuan Berkedok Konten (Studi Etnografi Virtual Terhadap Pengguna Fitur 'Add Yours' Di Instagram Stories) 1\*." *Communications* 4, no. 1 (2022): 17–40. <https://doi.org/Communications4.1.1>.

Kusumaningtyas, Rieke Eva. "Pengaruh Content Creator TikTok @vmuliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Dunia Kerja Di Kalangan Followers." *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1, no. 3 (2020): 2828–6863.

Kusumawardhani, Elisa, and Deasy Silvyva Sari. "Gelombang Pop Culture Tik-Tok: Studi Kasus Amerika Serikat, Jepang, India Dan Indonesia." *Padjadjaran Journal of International Relations* 3, no. 1 (2021): 19.

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.

<https://doi.org/10.24198/padjir.v3i1.27758>.

Lam, Jason M.S., Hishamuddin Ismail, and Sean Lee. "From Desktop to Destination: User-Generated Content Platforms, Co-Created Online Experiences, Destination Image and Satisfaction." *Journal of Destination Marketing and Management* 18, no. July (2020): 100490. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100490>.

Ledfray, Tongkotow, Fonny J Waani, and Jouke J Lasut. "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara." *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022): 2.

Luca, Michael. "User-Generated Content and Social Media" 1 (2015): 563–92. <https://doi.org/10.1016/b978-0-444-63685-0.00012-7>.

Matthew Brennan. *Attention Factory: Kisah TikTok Dan Byte Dance-Perusahaan Teknologi China*. Edited by Paulina Dewanti. Agreement. China: PT Elex Media Komputindo, 2020.

Mayasari, Fitria. "Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture Dan Partisipasi Pengguna Media Terhadap Tokoh Publik Di Media Sosial." *Journal of Communication and Society* 1, no. 01 (2022): 27–44. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.15>.

Miftachul taubah dan Muhammad nur hadi. "Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Maharah Kalam." *Mu'allim* Vol. 2 No. (2020): 58.

Muda, Khadijah, Siti Nor Azhani Mohd Tohar, Siti Nor Baya Yacob, and Khairul Anwar Johari Mastor. "Netnography Study of the Reality Expression of Multi-Ethnic Facebook Communities on the Study of Social Contracts." *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 38, no. 2 (2022): 16–37. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2022-3802-02>.

Muntu, Steeve A J, Joanne Pingkan M Tangkudung, and Leviane J H Lotulung. "Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram." *Acta Diurna Komunikasi* 3, no. 4 (2021): 1–8. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/36005>.

Prandwani, Banci, and Rupali Verma. "Ulasan Tentang Analisis Sentimen Dan Deteksi Emosi Dari Teks," 2021, 1–19.

Pringtyas, Rahma Agusti, Elsa Zafira, and Reza Zahria. "Peran Konten TikTok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karier Remaja Surabaya." *Prosiding Seminar Nasional, 2023*, 533–43.

Pririna, Rumaysha Gikha. "User Generated Content Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Digital: Studi Kasus Fenomena #shopeehaul." *Jurnal Komunikasi Profesional* 5, no. 6 (2021): 558–71. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i6.4316>.

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.

- Nurvitarsari, Tharisma, and Diana Hertati. "Evaluasi Program Bursa Kerja (Job Fair) Dalam Penanggulangan Angka Pengangguran Di Kabupaten Sidoarjo." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 8, no. 2 (2022): 299–305. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i2.98>.
- Nugroho Aji, Dwi Bambang Putut Setiyadi. "Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra." *Metafora* Vi, no. 2 (2020): 1–23.
- Oktaviani, Ade Ayu, Siti Komsiah, and Syaifuddin Syaifuddin. "Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten Dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja." *Ikra-Ith Humaniora : Jurnal Sosial Dan Humaniora* 6, no. 3 (2022): 100–107. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i3.2192>.
- Pamela. "Mengenal Forbes Indonesia Dan Cara Untuk Menjadi Nominasinya." [ajaib.co.id](http://ajaib.co.id), 2020.
- Pangestuti, R S, R Rusham, T Sulastri, and ... "Meningkatkan Pemahaman Tentang Pembuatan Cv Dan Personal Branding Di Desa Sumpersari." *Jurnal Pengabdian ...* 2, no. 2 (2023): 117–26. <https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/peneroka/article/view/7363%0Ahttps://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/peneroka/article/download/7363/2717>.
- Pratama, I Wayan Adi, and Ikhlis Ramadhan. "Studi Netnografi: Dimensi Kepuasan Wisatawan Nusantara Terhadap Homestay Di Ubud." *Jurnal Ilmiah Hospitality Management* 13, no. 1 (2022): 26–33. <https://doi.org/10.22334/jihm.v13i1.216>.
- Prihatiningsih, Witanti. "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja." *Communication* 8, no. 1 (2017): 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>.
- Prayono, Muhammad Bintang, and Dian Permata Sari. "Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 17 (2023): 497–506. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8315865>.
- Purba, Herman, and Irwansyah. "User Generated Content Dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review." *Jurnal Professional* 9, no. 2 (2022): 229–38.
- Purnasari, K S, and D Prasetyo. "Pengaruh Terpaan Akun Tiktok@ Vmuliana Terhadap Pengetahuan Tentang Dunia Karir Untuk Followers." *DIGICOM: Jurnal Komunikasi Dan ...* 2, no. 4 (2022): 68–80. <https://ojs3.stikosa-aws.ac.id/index.php/digicom/article/view/384%0Ahttps://ojs3.stikosa-aws.ac.id/index.php/digicom/article/download/384/203>.
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)." *Jurnal*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

*Common* 3, no. 1 (2019): 71–80.

<https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>.

Patri, Ariandi, and Irwansyah Irwansyah. “Orkestrasi Buzzer Melalui Media Sosial Microblogging Dalam Kampanye Penanganan Virus Covid-19.” *Jurnal Riset Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 269–89.

<https://doi.org/10.38194/jurkom.v3i2.151>.

Patri, Erfina Monica, and Poppy Febriana. “Analisis Media Baru Tiktok Sebagai Personal Branding (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Tiktok @Vmulliana) Tiktok New Media Analysis As Personal Branding (Qualitative Description Study On Tiktok Account @Vmulliana)” 5, no. 4 (2023): 2517–24.

Patri, Vania Jovita. “Pengaruh User-Generated Content (Ugc) Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Dapur Mbok Sarminah.” *Performa* 5, no. 2 (2020): 95–102. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1536>.

Ramadhani, Kana Rizky, and Faridah Faridah. “Analysis of the Content of Communication Messages by Tiktok Video Content on Vina Muliana’s Account in Entering the World of Work.” *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo* 16, no. 2 (2023): 297–311.

<https://doi.org/10.21107/pamator.v16i2.19648>.

RAPHAEL, SANDRA. “Descriptive Method.” *An Oak Spring Sylva* 7, no. 1 (2019): xxvii–xxviii. <https://doi.org/10.2307/j.ctvckq9v8.7>.

Rokhmawati, Dian, Novita Rifaul Kirom, and Eny Dyah Yuniwati. “Gerakan Pemuda Sadar Literasi Di Sekitar Kampus Universitas Wisnuwardhana Malang ( GEMAR LITERASI ) ( The Youth Movement of Literacy Awareness Around Wisnuwardhana University ) Imam Sur Yanto , Humas Kementerian Perdagangan Dalam Webinar Bertajuk “ Siapa” 6, no. 1 (2022): 1–10.

Rusa, Nikita. “Dua Mahasiswa UB Masuk Nominasi, Apa Itu Forbes Indonesia 30 Under 30?” Detik.com, 2022.

Royanti, Desi, and Irwansyah Irwansyah. “Peran User Generated Content (Ugc) Instagram Pada Industri Makanan.” *Mediakom* 4, no. 1 (2020): 1–24. <https://doi.org/10.32528/mdk.v4i1.3569>.

Rusnali, A Nur Aisyah. “Penggunaan User Generated Content (UGC) Tiktok Dalam Dunia Kesehatan.” *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 2 7, no. 2 (2019): 49–56.

Setiadi, Ahmad. “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila.” *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, no. 1 (2022): 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>.

Setyowati, Setyowati. “Etnografi Sebagai Metode Pilihan Dalam Penelitian Kualitatif Di Keperawatan.” *Jurnal Keperawatan Indonesia* 10, no. 1 (2014):

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.

35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v10i1.171>.

Shintya, Icha, and Suci Flambonita. “Kewenangan Kejaksaan Dalam Menyelesaikan Sengketa Non Litigasi.” *LEX LATA Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, no. 11 (2024): 127–40. <https://doi.org/10.28946/lexl.v6i1.2800>.

Sotang, R E, and R M U Malau. “Pengelolaan User-Generated Content Sebagai Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun Instagram@ Thehousetourhotel.” *EProceedings ...* 7, no. 1 (2020): 1805–15.

Sutiono. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,” 137. Bandung: Alfabeta, 2013.

Surya Aditiya. “Profil Vina Muliana Content Creator Masuk Forbes 30 under 30.” *Viva.Co.Id*, 2022. <https://www.viva.co.id/berita/bisnis/1478935-profil-vina-muliana-content-creator-masuk-forbes-30-under-30>.

Utami, R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, and J.G.S.Souza. “Analisis Metode Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial Tik Tok.” *Braz Dent J.* 09, no. 1 (2022): 1–12.

Waruwu, Dian Fermina Mawati, and Nawiroh Vera. “Ujaran Kebencian Di Media Sosial (Studi Netnografi Di Akun Instagram @prof.Tjokhowie).” *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2020): 55–69. <https://ejournal.amikompuwoko.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1034>.

Wayan Umbara, Faizal. “User Generated Content Di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis.” *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 4, no. 2 (2021): 572–81. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/366>.

Wicaksono, Wilibrordus Megandika, and Wiwik Novianti. “Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Dalam Pembentukan Konsep Diri Anak Panti Asuhan Bunda Serayu.” *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 7, no. 1 (2021): 96–106. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i1.4656>.

Wijaya, Mukhammad Handy dwi, and Musta’in Mashud. “Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar: Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok.” *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 3, no. 2 (2020): 170–91. <https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>.

Wirga, Evans W. “Content Analysis on Youtube Social Media to Support Political Campaign Strategies.” *Jurnal Ilmiah Informatika Dan Komputer* 21, no. 100 (2016): 14–26. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/infokom/article/view/1716>.

Yuniar, Eka, Dwi Safiroh Utsalinah, and Dian Wahyuningsih. “Implementasi Scrapping Data Untuk Sentiment Analysis Pengguna Dompot Digital Dengan Menggunakan Algoritma Machine Learning.” *Jurnal Janitra Informatika*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Dan *Sistem Informasi* 2, no. 1 (2022): 35–42.  
<https://doi.org/10.25008/janitra.v2i1.145>.
- Yuniati, Ulfa; Intan Primasari; dan Najla Nadzirotul Jannah. “Strategi Pemasaran Umkm Sektor Makanan Melalui Survey Efektivitas Pemanfaatan Promosi Di Media Sosial.” *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 4, no. 2 (2017): 132–49.
- Yurindera, Novan. “Minat Beli Pada Live Shopping TikTok Berdasarkan Sales Promotion Dan Influencer Credibility.” *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer* 7, no. 1 (2023): 85–89.  
<https://doi.org/10.55886/infokom.v7i1.613>.
- Yusyun, Nurul Hidayah, and Supriadi Sahibu. “Algoritma Multinomial Naïve Bayes Untuk Klasifikasi Sentimen Pemerintah Terhadap Penanganan Covid-19 Menggunakan Data Twitter.” *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)* 5, no. 4 (2021): 820–26.  
<https://doi.org/10.29207/resti.v5i4.3146>.
- Zakiah, Kiki. “Penelitian Etnografi Komunikasi: Tipe Dan Metode.” *Mediator* 9, no. 56 (2008): 181–88.

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 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.

## Lampiran 1

### Catatan Imersi

catatan ini di buat pada tanggal 20 februari 2023

Vina Muliana memulai perjalanan di TikTok dengan membuat akun dengan nama @vmuliana pada tahun 2020, dan ia membagikan unggahan video pertamanya pada tanggal 24 Februari 2021. Hingga saat ini, video debutnya telah memperoleh 216,9 juta likes serta berbagai komentar positif, negative, dan netral dari banyak netizen, khususnya terkait topik karier dan pekerjaan. Nama vina muliana mulai banyak dikenal warganet sejak tahun 2021 sebab sering membagikan konten seputar pembuatan CV yang mana pada saat itu sedang maraknya pencarian kerja dan PHK. Oleh karena itu konten @vmuliana dinilai hadir sebagai konten yang sangat membantu dan dibutuhkan.

Akun @vmuliana adalah platform digital yang aktif dalam berbagi konten inspiratif dan informatif kepada pengikutnya. Dengan fokus pada topik yang relevan dan sangat berguna, akun ini juga telah membangun pandangan sebagai sumber informasi terpercaya dan inspirasi bagi pengikut dan penonton kontennya. Vina muliana atas dedikasi nya di TikTok berhasil meraih penghargaan dari tiktok dengan nominasi TikTok Awards Indonesia 2021 dalam kategori "Best of Learning & Education" selain itu ia juga masuk kepada salah satu tokoh di dalam majalah 30 under 30 yang merupakan majala bergengsi di kalangan pengusaha, pemimpin, maupun pekerja seni yang berhasil membuat sebuah terobosan.

Konten Utama yang Vina muliana sering bagikan adalah seputar tips dan Panduan yang sering membagikan tips praktis dan panduan yang dapat dilakukan oleh pengikutnya dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan pekerjaan yang baik, hal ini dilakukan vina karna dia juga bekerja sebagai HRD dari perusahaan BUMN bidang Pertambangan, namun jejak vina dapat bekerja di pertambangan juga sangat bertolak belakang dengan kuliahnya di bidang pertanian. Selain itu konten yang vina muliana bagikan merupakan topik yang dibahas yakni meliputi pengembangan diri, karier, dan kehidupan sosial. Vina Muliana juga menyediakan update terbaru tentang isu-isu penting yang sedang berlangsung, lowongan pekerjaan terbaru yang tentunya di berbagai perusahaan BUMN. Informasi yang dibagikan selalu akurat dan valid, sehingga pengikut dapat mengandalkannya untuk tetap membagikan hal terbaru.

Karakter Vina mulina yang membagikan informasi di dalam kontennya melalui cerita dan pengalaman pribadi, selain itu akun Vina muliana juga memberikan wawasan yang mendalam dan inspiratif. Pengalaman nyata yang

dibagikan sering kali memberikan motivasi dan semangat bagi pengikut yang mungkin sedang menghadapi tantangan serupa. Dengan interaksi aktif yang dilakukan vina muliana juga sangat responsif terhadap komentar dan pertanyaan dari pengikutnya. Ini menciptakan dialog dua arah yang membuat pengikut merasa dihargai dan didengarkan. Selain itu banyak pengikut yang merasa termotivasi dan terinspirasi oleh konten yang dibagikan oleh akun @vmuliana dengan cerita sukses dan pengalaman pribadi yang dibagikan membantu pengikut untuk melihat bahwa mereka juga bisa mencapai tujuan mereka dengan edukasi dan tips serta bantuan jasa melalui kontennya. Vina juga kerap kali membantu pengikutnya untuk merivew CV yang di buat oleh pengikut yang kemudian di bedah total oleh vina muliana, sehingga ini sangat dinilai mebanut dan memberikan pengetahuan bagi pengikutnya agar tidak lagi susah mencari pekerjaan karna CV yang kurang berkualitas.

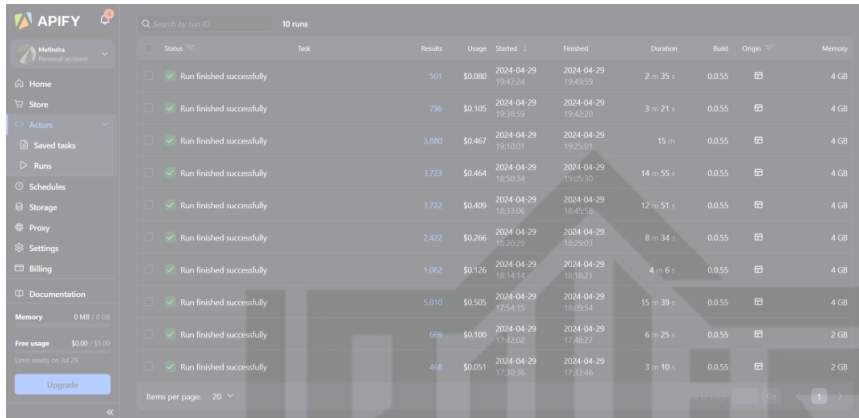
Akun ini berfungsi sebagai pusat pertukaran informasi ini juga membuat pengikut dapat belajar dari satu sama lain melalui komentar dan diskusi yang dipicu oleh konten yang diposting oleh akun @vmuliana tersebut sehingga akun @vmuliana berhasil menciptakan komunitas yang aktif dan terlibat dengan menyediakan konten berkualitas, merespons interaksi dengan baik, dan menjalin kolaborasi yang strategis. Ini membuat akun ini menjadi sumber inspirasi dan informasi yang berharga bagi banyak orang.

#### 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, 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.

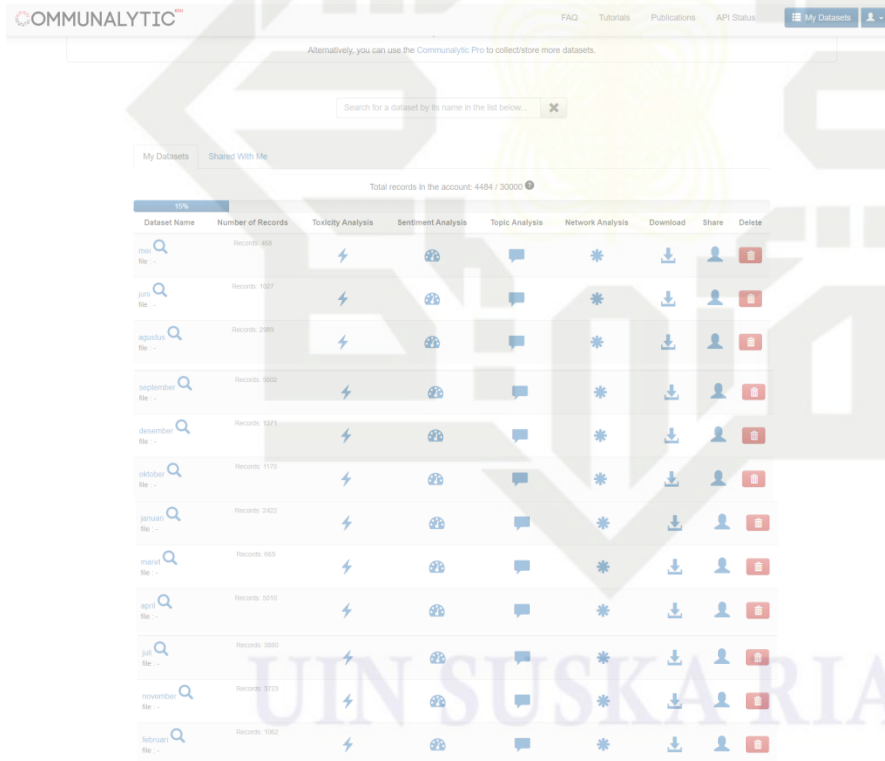
## Lampiran 2

### Tools Yang Digunakan Untuk Pengumpulan dan Analisis Data



Status	Task	Results	Usage	Started	Finished	Duration	Build	Origin	Memory
Run finished successfully		501	\$0.080	2024-04-29 19:47:24	2024-04-29 19:49:59	2 m 35 s	0.055		4 GB
Run finished successfully		796	\$0.105	2024-04-29 19:38:59	2024-04-29 19:42:20	3 m 21 s	0.055		4 GB
Run finished successfully		3.880	\$0.467	2024-04-29 19:10:01	2024-04-29 19:25:01	15 m	0.055		4 GB
Run finished successfully		3.723	\$0.464	2024-04-29 18:50:34	2024-04-29 19:05:30	14 m 55 s	0.055		4 GB
Run finished successfully		3.722	\$0.409	2024-04-29 18:33:06	2024-04-29 18:45:53	12 m 51 s	0.055		4 GB
Run finished successfully		2.422	\$0.266	2024-04-29 18:20:29	2024-04-29 18:29:03	8 m 34 s	0.055		4 GB
Run finished successfully		1.062	\$0.126	2024-04-29 18:14:14	2024-04-29 18:18:21	4 m 6 s	0.055		4 GB
Run finished successfully		5.010	\$0.505	2024-04-29 17:54:15	2024-04-29 18:09:54	15 m 39 s	0.055		4 GB
Run finished successfully		669	\$0.100	2024-04-29 17:42:02	2024-04-29 17:48:27	6 m 25 s	0.055		2 GB
Run finished successfully		468	\$0.051	2024-04-29 17:30:36	2024-04-29 17:33:46	3 m 10 s	0.055		2 GB

### Scraping Data menggunakan Afify untuk mendapatkan data site



Dataset Name	Number of Records	Toxicity Analysis	Sentiment Analysis	Topic Analysis	Network Analysis	Download	Share	Delete
feb file -	Records: 463	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️
jan file -	Records: 1027	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️
september file -	Records: 2589	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️
september file -	Records: 5002	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️
desember file -	Records: 1571	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️
oktober file -	Records: 1170	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️
januari file -	Records: 2423	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️
maret file -	Records: 659	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️
april file -	Records: 3010	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️
jul file -	Records: 2890	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️
november file -	Records: 3213	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️
maret file -	Records: 1362	⚡	🗣️	💬	🌐	📄	👤	🗑️

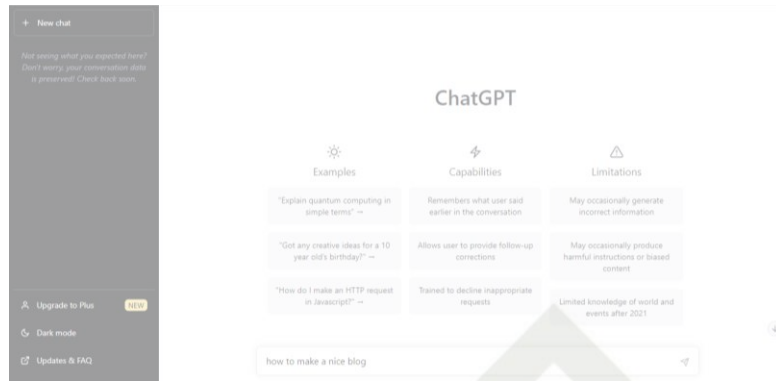
### Sentiment Analisis dan Pemetaan Jaringan Menggunakan dari konten bulan Januari Sampai Dengan Desember Menggunakan Communalytic

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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



**Grafik sepuluh pengguna teratas dan kata yang banyak muncul pada seluruh konten yang dianalisis dengan tools Data Visualizer/graphs/chat from GPT PRO 4.0**

**Lampiran 3**

**Link Data Site**

Seluruh data analisis yang terdapat pada penelitian ini di dapat dari hasil scraping data di bawah ini, yang kemudian diolah menggunakan tools yang terdapat pada lampiran 2.

No	Bulan Upload Konten tahun 2023	Link Data Site
1.	Januari	<a href="https://bit.ly/4cCL6Jn">https://bit.ly/4cCL6Jn</a>
2.	Februari	<a href="https://bit.ly/45PjePC">https://bit.ly/45PjePC</a>
3.	Maret	<a href="https://bit.ly/4cDg1Va">https://bit.ly/4cDg1Va</a>
4.	April	<a href="https://bit.ly/3L2EAzn">https://bit.ly/3L2EAzn</a>
5.	Mei	<a href="https://bit.ly/3W7JSju">https://bit.ly/3W7JSju</a>
6.	Juni	<a href="https://bit.ly/4bqqBOg">https://bit.ly/4bqqBOg</a>
7.	Juli	<a href="https://bit.ly/3L4Cwqn">https://bit.ly/3L4Cwqn</a>
8.	Agustus	<a href="https://bit.ly/3zAk6v2">https://bit.ly/3zAk6v2</a>
9.	September	<a href="https://bit.ly/3W2uhSa">https://bit.ly/3W2uhSa</a>
10.	Oktober	<a href="https://bit.ly/4bpY1N5">https://bit.ly/4bpY1N5</a>
11.	November	<a href="https://bit.ly/3xuCy81">https://bit.ly/3xuCy81</a>
12.	Desember	<a href="https://bit.ly/45IG8II">https://bit.ly/45IG8II</a>

## BIOGRAFI PENULIS



Mefindra Ade Wardani, dilahirkan di Kota lama pada tanggal 02 November 2001. Anak ke tiga dari empat bersaudara ini lahir Dari pasangan ayahanda dan ibunda tercinta, Sutikno dan Suciati. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di Sekolah Dasar di SDN 007 Kota lama pada tahun 2014, dan melanjutkan Pendidikan di SMPN 05 Rengat Barat dan selesai pada 2017, Berlanjut di SMAN 02 Rengat Barat yang lulus pada tahun 2020. Lalu penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi Negeri pada tahun 2020 yaitu di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska Riau), Fakultas Dakwan dan Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Pada masa Perkuliahan penulis telah melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Indragiri Hulu selama 2 bulan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sateh Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang 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.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004  
 Telepon (0761) 562051 ; Faksimili (0761) 562052  
 Web : <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: [fdk@uin-suska.ac.id](mailto:fdk@uin-suska.ac.id)

© Hak Cipta milik 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.

B- 2461/Un.04/F.IV/PP.00.9/07/2024

Pekanbaru, 08 Juli 2024

Biasa  
 1 (satu) Exp  
 Mengadakan Penelitian.

Kepada Yth,  
**Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
 Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
 Provinsi Riau**  
 Di  
**Pekanbaru**

**Assalamu'alaikum wr. wb.**

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: MEFINDRA ADE WARDANI
N I M	: I2040323189
Semester	: VIII (Delapan)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:  
**"Studi Netnografi Terhadap USCR Gcneratcd Content @vmuliana Pada Platform Sosial Media TikTok".**

Adapun Sumber Data Penelitian Adalah :  
**"@vmuliana Pada Platform Sosial Media TikTok."**

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam  
 Dekan



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

Tambahan:  
 1. Mahasiswa yang bersangkutan