

## PENGARUH KONTEN KREATOR TIKTOK VINA MULIANA TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR CAREER TIPS PADA PENGIKUT AKUN @VMULIANA

Dhea Za Ivanka  
[dheazaivankaa@gmail.com](mailto:dheazaivankaa@gmail.com)  
Universitas Pakuan

### ABSTRAK

Konten kreator merupakan kegiatan yang mencakup penyebaran informasi yang ditransformasikan ke dalam sebuah gambar, video, atau tulisan yang disebut sebagai konten. Salah satu media yang saat ini mengalami pertumbuhan sangat cepat dalam bentuk konten adalah TikTok. Keberadaan TikTok menjadi salah satu saluran yang mendukung pemenuhan kebutuhan informasi bagi pengguna. Seorang konten kreator Vina Muliana memberikan konten edukasi informasi career, BUMN, tips interview, pembuatan atau penulisan CV, serta informasi mengenai lowongan pekerjaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten kreator TikTok Vina Muliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar career tips pada kalangan pengikut akun @vmuliana. Adapun teori yang digunakan adalah Teori Uses and Gratification, dengan konten kreator sebagai variabel independen, dan pemenuhan kebutuhan informasi sebagai variabel dependen. Instrumen penelitian utama dalam penelitian kuantitatif ini berupa kuesioner yang disebar ke 100 responden dan datanya dianalisis menggunakan SPSS 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa  $t$  hitung 19,637 nilai  $t$  tabel 1,661, sehingga dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima serta variabel Konten Kreator ( $X$ ) berpengaruh signifikan terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi ( $Y$ ). Nilai koefisien determinasi ( $R$  Square) sebesar 0,797, artinya kontribusi pengaruh Konten Kreator TikTok Vina Muliana terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi sebesar 79,7% dan sisanya sebesar 20,3% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. **Kata Kunci:** Kebutuhan Informasi, Konten Kreator, Pengikut, Tiktok.

### ABSTRACT

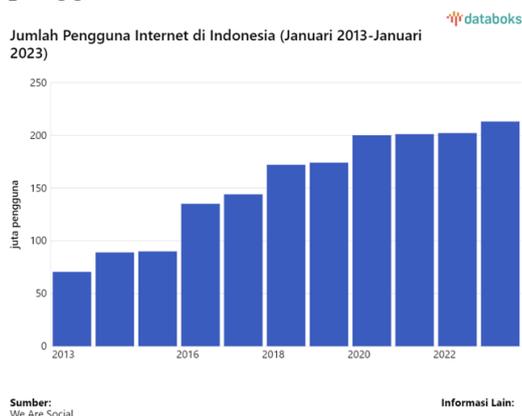
*Content creator is an activity that includes the dissemination of information transformed into an image, video, or writing called content. One of the media that is currently experiencing very rapid growth in the form of content is TikTok. The existence of TikTok is one of the channels that supports the fulfillment of information needs for users. A content creator Vina Muliana provides educational content on career information, BUMN, interview tips, CV creation or writing, and information about job vacancies. This study aims to determine the effect of TikTok content creator Vina Muliana on fulfilling information needs about career tips among followers of the @vmuliana account. The theory used is Uses and Gratification Theory, with creator content as the independent variable, and fulfillment of information needs as the dependent variable. The main research instrument in this quantitative research is a questionnaire distributed to 100 respondents and the data is analyzed using SPSS 26. Based on the results of the study, it shows that the  $t$  count is 19.637, the  $t$  table value is 1.661, so it can be said that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted and the Creator Content variable ( $X$ ) has a significant effect on Fulfillment of Information Needs ( $Y$ ). The coefficient of determination ( $R$  Square) value is 0.797, meaning that the contribution of the influence of TikTok Vina Muliana Creator Content on Fulfilling Information Needs is 79.7% and the remaining 20.3% is caused by other factors not examined in this study.*

**Keywords:** Content Creator, Followers, Information Needs, Tiktok.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi berkembang pesat menyebabkan perubahan yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat terutama perkembangan era digital yang membawa dampak besar bagi segala aspek. Perkembangan era digital juga semakin lama semakin berjalan cepat sehingga tidak bisa dihentikan oleh manusia. Hal ini disebabkan karena manusia sendiri yang pada akhirnya meminta dan menuntut berbagai hal dengan cara yang lebih efisien dan praktis. Dengan adanya kemajuan era digital yang begitu pesat, tentunya memberikan berbagai macam dampak bagi kehidupan masyarakat, baik dampak positif maupun dampak negatif.

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi, kehidupan sehari-hari tidak dapat lepas dari yang namanya internet. Hampir segala aspek kehidupan saat ini dipengaruhi oleh internet yang dimana merupakan jaringan komunikasi yang menghubungkan media elektronik dengan media lainnya. Rafiudin (2006) mengemukakan bahwa pemanfaatan internet dengan berbagai kapabilitas dan aneka layanan yang disuguhkan dapat segera menjangkau seluruh pelosok dunia dalam waktu relatif singkat tanpa terbatas lokasi geografis dan waktu. Internet memberikan kemudahan bagi penggunanya, seperti dapat digunakan sebagai sarana konektivitas dan komunikasi, sumber beragam wawasan ilmu dan pengetahuan, menghemat biaya dan waktu, memperluas ruang pertemanan, menghasilkan uang serta sebagai media hiburan. Dengan itu menjadikan internet memiliki banyak pengguna.



Gambar 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2013-2023

Sumber: Databoks

Berdasarkan grafik diatas jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 menurut laporan We Are Social telah mencapai 213.000.000 orang per Januari 2023. Jumlah ini setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun 2023. Namun pada awal tahun 2024 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet mencapai 221.563.479, mengalami kenaikan dibanding tahun sebelumnya (year-on-year). Internet di Indonesia terus berkembang hingga saat ini, terbukti meningkatnya jumlah pelaku usaha yang melakukan perdagangan secara online. Menurut data BPS tahun 2022, presentase pelaku usaha yang melakukan kegiatan e-commerce mencapai 34,10%. Untuk mendukung perkembangan teknologi tersebut, pemerintah terus berupaya membangun infrastruktur digital diseluruh wilayah Indonesia agar semua kalangan masyarakat dapat menikmati akses internet tidak hanya di kota besar melainkan pada daerah-daerah yang susah dijangkau.

TikTok menjadi media sosial populer dengan peran penting sebagai sumber informasi dan komunikasi. Penggunaan TikTok berdampak besar pada kehidupan sehari-hari dan

menjadi kebiasaan yang sulit untuk ditinggalkan. TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok dan diluncurkan pada 2016 oleh Zhang Yiming. Aplikasi TikTok digunakan oleh pengguna untuk mengunggah dan menonton video konten yang dibagikan kepada pengguna lain dalam aplikasi tersebut. Popularitas TikTok di Indonesia semakin meningkat selama pandemi Covid-19, karena banyak masyarakat memanfaatkan waktu di rumah untuk mencari hiburan dengan konten-konten yang disajikan di TikTok (Firdi & Rara, 2023). Seperti saat ini TikTok menjadi salah satu media sosial yang sangat diminati masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi yang memunculkan influencer dan konten kreator.

Konten kreator tentunya memiliki ciri khas, gaya serta karakteristiknya dalam berkonten (Maeskina & Hidayat, 2022). Seperti memiliki ciri khas dengan konten yang diunggahnya, salah satu konten kreator sekaligus influencer yang sukses menarik perhatian pengguna TikTok adalah Vina Muliana dengan akun @vmuliana yang aktif memproduksi konten informasi, edukasi serta tips and trick seputar dunia kerja. Informasi seputar career tips dunia kerja akan sangat membantu mengetahui berbagai kondisi dunia kerja agar lebih mudah menyiapkan diri untuk terjun ke dunia kerja. Faktanya dominasi pengguna TikTok adalah para remaja di usia 14-24 tahun (Stephanie, 2021), usia tersebut masuk sebagai kategori usia produktif pada era ini dan telah memasuki usia kerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa segmentasi pengguna TikTok seiringan dengan persoalan usia dominan penggunaannya yang memiliki kecenderungan membutuhkan informasi dunia kerja.



Gambar 1.4 Akun Media Sosial Vina Muliana

Sumber: TikTok @vmuliana

Akun TikTok @vmuliana mulai aktif memberikan konten informatif di TikTok pada akhir Februari 2021 dan berhasil berkembang hingga memiliki 9 juta followers dan 214,4 juta like dengan konten yang berfokus pada solusi permasalahan karir dan BUMN, serta konten yang sering diunggahnya mengenai informasi tentang dunia kerja, pembuatan CV serta tips interview. Jenis konten yang disajikan sangat dibutuhkan terutama bagi para fresh graduate yang masih belum mengetahui mengenai cara penulisan CV yang benar ataupun cara menjawab pertanyaan ketika interview dengan baik. Cara penyampaian informasi yang disampaikan juga dikemas secara singkat, padat dan jelas yang mudah dimengerti.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dijelaskan, alasan peneliti

memilih tema penelitian dengan judul “Pengaruh Konten Kreator TikTok Vina Muliana terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Career Tips Pada Pengikut Akun @vmuliana ”, akan melihat dan menjelaskan bagaimana pengaruh dari konten kreator Vina Muliana @vmuliana dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Dengan variabel konten kreator menggunakan indikator kredibilitas kreator, daya tarik, isi konten, dan komunikasi. Sedangkan variabel pemenuhan kebutuhan informasi menggunakan indikator current need approach, everyday need approach, exhaustive need approach, dan catching up need approach.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan positivisme, yang meneliti populasi atau sampel tertentu melalui instrumen penelitian dan dianalisis secara statistik. Penelitian ini dilakukan melalui survei terhadap pengikut akun TikTok Vina Muliana selama Februari–Juli 2024, dengan populasi yang terdiri dari seluruh pengikut akun tersebut, berjumlah 9 juta orang. Sampel diambil menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling, yaitu hanya responden yang memenuhi kriteria tertentu yang dipilih. Perhitungan ukuran sampel dilakukan dengan rumus Slovin, yang menghasilkan jumlah sampel sekitar 100 orang dengan tingkat kesalahan 10%.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian kuantitatif ini dilakukan berdasarkan uji kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden karena ukuran sampel sudah ditetapkan menjadi 100 sampel. Maka responden dalam penelitian ini adalah 100 sampel pada pengikut akun TikTok @vmuliana. Dalam penelitian ini, memuat variabel Konten Kreator (X) yang terdiri dari empat indikator meliputi Kredibilitas Kreator, Daya Tarik, Isi Konten, Komunikasi. Sedangkan pada variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) terdiri dari Current Need Approach, Everyday Need Approach, Exhaustive Need Approach, dan Catching Up Need Approach.

**Konten Kreator (X)**

Konten kreator merupakan salah satu variabel yang akan diuji dalam penelitian ini, kemudian hasilnya akan diinterpretasikan. Variabel konten kreator memiliki empat indikator, diantaranya kredibilitas kreator, daya tarik, isi konten, dan komunikasi.

Tabel 1 Hasil Analisis Skor Rataan Konten Kreator TikTok (X)

<b>Kredibilitas Kreator</b>	<b>Daya Tarik</b>	<b>Isi Konten</b>	<b>Komunikasi</b>	<b>Rata-Rata</b>	<b>Kategori</b>
3,42	3,25	3,29	3,20	3,29	Sangat Tinggi

**Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)**

Pemenuhan kebutuhan informasi merupakan salah satu variabel yang akan diuji dalam penelitian ini yang hasilnya kemudian akan diinterpretasikan. Variabel pemenuhan kebutuhan informasi memiliki empat indikator, diantaranya current need approach (kebutuhan informasi mutakhir), everyday need approach (kebutuhan informasi rutin), exhaustive need approach (kebutuhan informasi mendalam), dan catching up need approach (kebutuhan informasi sekilas).

Tabel 2 Hasil Analisis Skor Rataan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

<b>Current Need Approach</b>	<b>Everyday Need Approach</b>	<b>Exhaustive Need Approach</b>	<b>Catching Up Need Approach</b>	<b>Rata-Rata</b>	<b>Kategori</b>
3,37	3,14	3,24	3,40	3,28	Sangat Tinggi

### **Pengaruh Konten Kreator TikTok Vina Muliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Career Tips Pada Pengikut akun @vmuliana**

Penelitian mengenai Pengaruh Konten Kreator TikTok Vina Muliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Career Tips Pada Pengikut Akun @vmuliana ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara konten kreator TikTok Vina Muliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar career tips pada pengikutnya. Pada analisis masalah, peneliti menggunakan uji variabel X dan Y yang dimana peneliti ingin mengetahui seberapa besar variabel Konten Kreator mempengaruhi Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Untuk menguji hal tersebut, penelitian dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana, uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji f).

Proses analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa berdasarkan uji t dapat diketahui nilai t hitung 19,637 pada tabel diatas untuk variabel konten kreator (X) memiliki sig. sebesar 0,000. Dikarenakan nilai signifikansi lebih besar dari nilai kesalahan (alpha) dengan nilai 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Konten Kreator (X) berpengaruh terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y). Berdasarkan nilai t, diketahui bahwa nilai t tabel sebesar 1,661 Karena nilai t hitung  $19,637 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,661$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel Konten Kreator (X) berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y). Hasil uji t tersebut dikaitkan dengan hipotesis yang disajikan, yaitu:

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara konten kreator TikTok Vina Muliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar career tips pada pengikut akun @vmuliana

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari konten kreator TikTok Vina Muliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar career tips pada pengikut akun @vmuliana

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan dan mendapatkan hasil konten kreator TikTok Vina Muliana memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar career tips pada pengikut akun @vmuliana, maka Ha dapat diterima. Responden merasa kreator konten TikTok Vina Muliana menjadi jembatan (alat) untuk mendapatkan informasi dan mencari kebutuhan informasi seputar career tips yang dibutuhkan oleh pengikutnya.

Selanjutnya berdasarkan nilai r-square pada tabel sebesar 0,797 yang artinya 79,9% pengaruh variabel bebas (Konten Kreator) yang dapat dijelaskan oleh indikator kredibilitas kreator, daya tarik, isi konten, dan komunikasi, implementasi dan kofirmasi terhadap variabel terikat (Pemenuhan Kebutuhan Informasi). Sedangkan sisanya 20,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dan diperhitungkan dalam penelitian.

### **Hubungan Teori Uses and Gratification dengan Hasil Penelitian**

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori uses and gratification. Teori ini menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiens sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat dari penggunaan media tersebut. Dalam perspektif teori uses and gratification audiensi dipandang sebagai partisipan

yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Penggunaan media didorong dengan adanya kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh audiens sendiri. Teori ini mengasumsikan bahwa pengguna media memiliki pilihan yang tepat untuk memuaskan suatu kebutuhan. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa teori ini berargumen tentang apa yang dilakukan seseorang dengan media, daripada apa yang dilakukan media terhadap seseorang. Teori *uses and gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi masalah utama bukanlah cara media memenuhi kebutuhan pribadinya dan sosial audiens, akan tetapi pada khalayak atau audiens aktif yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Dalam penelitian ini konten kreator TikTok Vina Muliana memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar *career tips* pada pengikutnya. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya pengguna media sosial yang mengikuti akun Vina Muliana (@vmuliana) di TikTok. Akun TikTok Vina Muliana memberikan informasi seputar *career*, BUMN, *tips interview*, pembuatan atau penulisan CV, serta informasi mengenai lowongan pekerjaan. Informasi yang diunggah oleh Vina Muliana dikemas secara ringkas dan jelas, sehingga pengikutnya dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pengguna media sosial TikTok akan memilih media yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan saat itu. Berdasarkan penjelasan di atas dapat diartikan bahwa pengguna media sosial yang secara aktif menggunakan media sosialnya untuk mendapatkan informasi lebih banyak mengenai suatu masalah atau topik tertentu guna mendapatkan informasi yang menunjukkan bahwa kreator konten TikTok Vina Muliana (@vmuliana) berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar *career tips* pada pengikutnya yang menjadi target sasaran dalam penelitian ini rata-rata pada rentang usia remaja sampai dewasa yaitu 17 – 23 tahun. Teori ini jika dihubungkan dengan pemakaian media sosial yaitu TikTok yang terdapat konten dari seorang kreator konten menjadikan para penggunanya mencari konten yang dapat memenuhi kebutuhan informasinya. Melihat dari banyaknya konten Vina Muliana yang mengedukasi terhadap media yang digunakan dapat menambah pengetahuan serta keterampilan bagi para pengikutnya.

Hubungan teori *uses and gratification* dalam konten kreator TikTok Vina Muliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dimulai dari kredibilitas kreator yaitu seberapa percaya pengikut selaku komunikator terhadap kreator sebagai komunikator, keahlian kreator dapat dilihat dari sikap dan kemampuannya dalam mempersuasi atau mempengaruhi pengikutnya melalui konten yang diproduksinya. Pada daya tarik dapat dilihat dari Vina Muliana selaku kreator mampu menarik perhatian dengan menjalin keakraban bersama pengikutnya melalui konten yang disajikannya, selain itu Vina Muliana juga menyajikan konten yang berkualitas terbukti dengan semakin banyak pengikut pada akun TikToknya membuktikan bahwa banyak pengguna media sosial TikTok tertarik dengan konten edukasi dari Vina Muliana. Kemudian isi konten berisi informasi terbaru, bahasa dalam konten mudah dipahami, penonton merasa ikut terlibat dalam konten, serta konten memiliki nilai informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengikutnya. Selanjutnya komunikasi ditentukan oleh pengguna itu sendiri, dalam hal ini pengguna memilih untuk mengikuti akun @vmuliana dibandingkan dengan akun media lain, karena untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan, terbukti dengan adanya interaksi yang terjalin antara Vina Muliana sebagai komunikator dan pengikutnya sebagai komunikasi dapat berlangsung dalam suasana yang menyenangkan antara kedua belah pihak, Vina Muliana menciptakan suasana yang lebih santai dalam berkonten menjadikan kesan yang menarik akan muncul. Individu memilih menggunakan aplikasi TikTok karena dalam

penyebarannya TikTok memiliki waktu yang cepat dan dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang dibagikan oleh media.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Konten kreator TikTok Vina Muliana tertuju pada responden yang mengikuti akun @vmuliana terhadap hasil yang memuaskan. Dari segi karakteristik responden mayoritas perempuan sebanyak 75 dari 100 responden dengan rata-ran usia remaja menuju dewasa yaitu 21-24 tahun sebanyak 74 dari 100 responden dan dari segi pendidikan cenderung pada tingkat D3/S1 sebanyak 49 responden, berdasarkan pekerjaan dari tingkat pelajar/mahasiswa mendominasi sebanyak 56 dari 100 responden. Variabel content creator terdapat empat indikator yaitu, kredibilitas kreator, daya tarik, isi konten dan komunikasi. Indikator kredibilitas kreator, daya tarik, dan isi konten masuk dalam kategori sangat tinggi, dan indikator komunikasi masuk dalam kategori tinggi atau baik. Maka dapat disimpulkan bahwa konten kreator berpengaruh pada pengikut akun @vmuliana.

Terdapat empat indikator dalam pemenuhan kebutuhan informasi yaitu current need approach, everyday need approach, exhaustive need approach, dan catching up need approach. Dari keempat variabel tersebut, rata-rata rentang kategorinya sangat tinggi dan tinggi atau baik. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh konten kreator TikTok Vina Muliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada pengikut akun @vmuliana dalam penelitian ini.

Kontribusi pengaruh yang terdapat pada konten kreator TikTok Vina Muliana sebesar 79,7% dari 100 responden dan sisanya 20,3% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diperhitungkan, dapat dilihat pada tabel koefisiensi determinasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Annur, C. (2023, September 20). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013 – Januari 2023). Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Chania, M. (2023). Personal Branding Vina Muliana Melalui Media Sosial TikTok.
- Desandy, W. (2023, March 23). Content Creator: Pengertian, Kemampuan dan Prospek Kerjanya. Toffeedev.Com. <https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/content-creator-adalah/>
- Didy, I. (2024, April 24). Content Creator: Arti, Tugas, Skill, Jenjang Karier, & Cara Menjadinya. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-content-creator/>
- Effendy. (2003). Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (1999). Ilmu Komunikasi . PT Remaja Rosda Karya.
- Firdi, M., & Rara, A. (2023). Pengaruh Perancangan Konten TikTok Vina Muliana (@vmuliana) Terhadap Kebutuhan Informasi Pada Kalangan Followers.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hasmawati, F. (2018). Manajemen dalam Komunikasi. 5.
- Maeskina, M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital. Jurnal Communio, 11.
- Mahriz, M., & Umam, C. (2023). Pengaruh Konten Kreator @vmuliana Terhadap Keterampilan Public Speaking Followers di TikTok.
- Mukarom, Z. (2021). Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks (A. Holid, Ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2014). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. PT. Remaja Rosdakarya.

- Nanda, S. (2024, May 28). Skripsi: Definisi, Cara, Membuat, Tujuan, Tahapan, & Struktur. Brainacademy.Id. <https://www.brainacademy.id/blog/apa-itu-skripsi>
- Ngalimun. (2017). Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis (1st ed.). Pustaka Baru Press.
- Nuryanto, H. (n.d.). Era Digital dan Dampak Perkembangan Teknologi yang Pesat. Gramedia Blog. Retrieved May 29, 2024, from <https://www.gramedia.com/literasi/era-digital/>
- Purwanti, D. (2023). Pengaruh Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Folkative Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi .
- Qomariyah, N. (2023, September 12). Profil Vina Muliana dan Perjalanan Kariernya Hingga Sekarang. Seleb.Tempo.Co. <https://seleb.tempo.co/amp/1771269/profil-vina-muliana-dan-perjalanan-kariernya-hingga-sekarang>
- Reynata, A. V. (2022). Penerapan Youtube Sebagai Media Baru Dalam Komunikasi. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi.
- Safitri, K., & Trianita, Y. (2023). Pengaruh Konten TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Pada Akun @vmuliana).
- Salsabilla, C. (2023, July). Manfaat Internet: Penggunaan Internet Bagi Kehidupan . Vokasi Unair.
- Stephanie, C. (2021, April 19). Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terungkap . Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA.
- Trianita, Y., & Nasher, A. (2022). Pengaruh Konten TikTok Dr. Yessica Tania (Dr. Ziee) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Followers. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 12(No. 1).
- Yanti, E. D., Tayan, A., & Samudra, M. (2024). Pengaruh Konten Kreator TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FIKOMM Universitas Mercu Buana Yogyakarta Tahun 2023. Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS), 4, 123–128.