

**Analisis Kepribadian Yang Mempengaruhi Pemilihan Karier Generasi Z
Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Intervening
(Studi Kasus di Universitas Pamulang, Tangerang Selatan)**

Hasniati Halim

Global Strategic Communication, Faculty of Business and Communication,
Universitas Swiss-German, Tangerang Selatan, Indonesia
E-mail: hasniati.halim@lecturer.sgu.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh tipe kepribadian terhadap pemilihan karier dengan media sosial sebagai variabel intervening dan pengaruh kepribadian terhadap media sosial serta pengaruh media sosial terhadap pemilihan karier generasi Z. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pamulang yang berlokasi di Tangerang Selatan, teknik yang digunakan proporsional random sampling dengan tingkat signifikansi 0,05, dengan perhitungan rumus slovin dibutuhkan 129 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya Tipe Kepribadian Konvensional yang berpengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan karier, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Penggunaan Media Sosial terhadap pemilihan karier dan Variabel Penggunaan Media Sosial terbukti secara signifikan memediasi pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Preferensi Pemilihan Karier.

Kata kunci: *RIASEC Model Tipe Kepribadian, Generasi Z, Media Sosial, Pemilihan karier*

Abstract

The purpose of this study was to analyze the influence of personality type on career selection with social media as an intervening variable and the influence of personality on social media and the influence of social media on career selection for Generation Z. The population in this study was Pamulang University students located in South Tangerang, sampling techniques used proportional random with a significance level of 0.05, with the calculation of the slovin formula it takes 129 samples. The results showed that only the Conventional Personality Type had a significant effect on career selection preferences, there was a positive and significant effect of Social Media Use on career selection, and Social Media Use Variables were proven to significantly mediate the effect of Personality Type on Career Selection Preferences.

Keywords: *RIASEC Model Type of Personality, Generation Z, Social Media, Career choice*

PENDAHULUAN

Pemilihan karier merupakan salah satu hal terpenting dalam siklus kehidupan manusia (Harahap et al., 2020), karena apa yang diputuskannya sekarang akan mempengaruhi keberhasilan kariernya di masa yang akan datang, riset terdahulu banyak menganalisis pengaruh pemilihan karier ditinjau dari faktor tradisional, yaitu: faktor internal; kepribadian (Holzer et al., 2022; Huang, 2022) dan faktor eksternal, seperti; orang tua, kelompok pertemanan, faktor ekonomi (Zaman et al., 2021). Dari Faktor - faktor yang turut berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan, ternyata faktor kepribadian mengambil peran yang penting, ini sesuai dengan penelitian Agus yang menunjukkan bahwa faktor kepribadian berpengaruh hingga 71% dalam proses pengambilan keputusan karier (Sasongko et al, 2015).

Kelompok generasi yang siap memasuki dunia kerja saat ini adalah generasi Z, yaitu mereka yang dilahirkan antara pertengahan tahun 1997 hingga tahun 2012 (Wolf 2020) yang menurut laporan sensus penduduk Indonesia tahun 2020, jumlah gen Z sebesar 27,94% dari keseluruhan penduduk Indonesia, disusul di peringkat kedua yaitu generasi milenial (bps.go.id, 2020). Rentang usia Generasi Z saat ini yaitu 8 tahun sampai 23 tahun di mana beberapa tahun mendatang akan menjadi kelompok umur termuda yang memasuki dunia kerja (Databoks, n.d.). Dalam penelitiannya Dwidienawati dan Gandasari (2018) Generasi Z pada tahun 2020 diprediksi akan menguasai 20% lapangan pekerjaan. (Dwidienawati & Gandasari, 2018).

Gen Z tumbuh dewasa dalam era digital dan memiliki keterampilan teknologi yang sangat tinggi. Mereka juga dikenal sebagai konsumen digital yang cerdas dan aktif di media sosial. Gen Z menurut survei oleh *We Are Social* dan *Hootsuite* terdapat sekitar 65 juta pengguna media sosial di Indonesia yang berusia antara 16 hingga 24 tahun (tanoto foundation, n.d.). Para peneliti sepakat bahwa setiap generasi memiliki pandangan dan sikap yang berbeda terhadap pemilihan pekerjaan ataupun karier (*Gen up. How the Four Generations Worko Title*, n.d.) (Harber, 2011).

Generasi Z memiliki karakteristik unik dalam hal pemikiran, nilai-nilai, dan preferensi karier yang mungkin berbeda dengan generasi sebelumnya (Agarwal, n.d.), terlebih media sosial telah menjadi bagian terpenting dalam kehidupan mereka, karena melalui media sosial mereka dapat berinteraksi dengan berbagai macam informasi, termasuk informasi yang mempengaruhi pemilihan karier. Dalam media sosial, terdapat berbagai macam konten yang berkaitan dengan karier, seperti testimonial dari pekerja profesional, informasi tentang dunia kerja, atau saran-saran tentang bagaimana mencari pekerjaan.

Penelitian yang menggabungkan pengaruh tradisional dan sosial media terhadap pemilihan karier generasi Z masih langka, Jika pun ada pengaruh media sosial pada pemilihan karier Gen Z, masih menjadi perdebatan di kalangan para ahli. Menurut Zamroni (Zamroni et al. 2019) media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membantu mahasiswa menentukan masa depan kariernya sementara hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa faktor tradisional dapat menjadi pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan karier daripada media sosial (Lee, Lee, and Dopson 2019). Terdapat penelitian yang hampir serupa namun tidak menggunakan variabel kepribadian, hasil Penelitian Hanifah dan Wardono (Wardono, 2020) menunjukkan bahwa media sosial juga mempengaruhi preferensi pemilihan karier Generasi Z sebagai variabel intervening.

Berdasarkan fenomena *gap* dan *research gap* yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tipe kepribadian yang mempengaruhi preferensi pemilihan karier Generasi Z dengan media sosial sebagai variabel intervening agar dapat memberikan pemahaman tentang hubungan antar variabel, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- Adakah pengaruh antara tipe kepribadian dengan pemilihan karier generasi Z?
- Adakah pengaruh antara penggunaan media sosial dengan pemilihan karier generasi Z?
- Apakah penggunaan media sosial memediasi pengaruh tipe kepribadian terhadap pemilihan karier gen Z?

Dengan rumusan masalah sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh antara tipe kepribadian dengan pemilihan karier generasi Z
- Terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial dengan pemilihan karier generasi Z
- Penggunaan Media sosial memediasi pengaruh tipe kepribadian terhadap pemilihan karier gen Z

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh antara tipe kepribadian, penggunaan media sosial dengan pemilihan karier generasi Z, dengan populasi mahasiswa Universitas Pamulang dengan rentang usia: 18-25 tahun, yaitu generasi Z yang akan memasuki dunia kerja, dengan teknik proporsional random sampling dengan menggunakan penyebaran angket secara Online kepada seluruh mahasiswa dari berbagai jurusan sebanyak: 129 sampel.

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, seperti responden atau objek penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau lebih, seperti dokumen, literatur, atau media lainnya (Wardono, 2020).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian berbasis positivis (data konkret) yang data penelitiannya berupa angka-angka yang diukur dengan menggunakan statistika sebagai alat uji perhitungan dan dikaitkan dengan masalah kajian untuk mencapai suatu kesimpulan. Filsafat positivis digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2022)

Instrumen berupa kuesioner yang dipergunakan di penelitian ini mengacu kepada instrumen dari penelitian sebelumnya yang memiliki validitas & reliabilitas tinggi:

Instrumen variabel model RIASEC terdiri atas 34 pertanyaan (Owusu et al., n.d.), Instrumen variabel pemilihan karier: Indikator orang tua terdapat 5 pertanyaan (Jungen, 2008), *indicator peer group* ada 4 pertanyaan (Ann D. Regulacion, 2022), indikator pertimbangan ekonomi ada 3 pertanyaan (Omar et al., 2021) dan variabel media sosial terdiri dari 10 pertanyaan (Tan et al., 2014).

Analisa data kuantitatif di Analisa oleh aplikasi SPSS, yang berpedoman pada uji validitas dan reliabilitas, serta uji kelayakan model penelitian menggunakan uji normalitas, multikolinearitas dan heterokedastisitas sehingga dapat dilakukan uji hipotesa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas)

Uji instrumen dilakukan terhadap variabel Penggunaan Media Sosial dan Preferensi Pemilihan Karier karena instrumen pada kedua variabel tersebut disusun oleh peneliti, sedangkan pada Variabel Tipe Kepribadian tidak dilakukan pengujian karena menggunakan instrumen model RIASEC yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya.

Uji validitas menggunakan uji statistik *corrected* item-total *correlation*, dengan jumlah sampel (n) sebanyak 129 dan tingkat signifikansi 0,05. Item dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji reliabilitas menggunakan uji *Alpha Cronbach's*, di mana instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai koefisien di atas 0,7.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
	No.Item	r_{hitung}	Interpretasi	Alpha Cronbach's	Interpretasi
Penggunaan Media Sosial (Z)	P1	.599	Item Valid	0,922	Sangat Reliabel
	P2	.715	Item Valid		
	P3	.594	Item Valid		
	P4	.656	Item Valid		
	P5	.675	Item Valid		
	P6	.814	Item Valid		
	P7	.711	Item Valid		

Variabel	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
	No.Item	r_{hitung}	Interpretasi	Alpha Cronbach's	Interpretasi
	P8	.849	Item Valid		
	P9	.808	Item Valid		
	P10	.678	Item Valid		
Pemilihan Karier (Y)	P1	.631	Item Valid	0,904	Sangat Reliabel
	P2	.717	Item Valid		
	P3	.715	Item Valid		
	P4	.703	Item Valid		
	P5	.618	Item Valid		
	P6	.632	Item Valid		
	P7	.620	Item Valid		
	P8	.494	Item Valid		
	P9	.606	Item Valid		
	P10	.609	Item Valid		
	P11	.669	Item Valid		
	P12	.599	Item Valid		

Berdasarkan hasil pengujian instrumen, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada Variabel Penggunaan Media Sosial maupun Variabel Preferensi Pemilihan Karier memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,173). Dengan demikian seluruh item valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai koefisien *Alpha Cronbach's* Variabel Penggunaan Media Sosial sebesar 0,922 sedangkan Variabel Preferensi Pemilihan Karier sebesar 0,904 di mana nilai ini lebih besar dari 0,7 yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki reliabilitas yang sangat tinggi.

Profil Responden

Tabel 2. Profil Responden (n=129)

Profil	F	%
Jenis Kelamin		
Laki – Laki	34	26.36%
Perempuan	95	73.64%
Usia		
< 20 tahun	73	56.59%
> 20-25 tahun	43	33.33%
> 25 tahun	13	10.08%
Asal Kota		
Bekasi	5	3.88%
Bogor	14	10.85%
Depok	11	8.53%
DKI Jakarta	23	17.83%
Tangerang Selatan	33	25.58%
Tangerang	18	13.95%
Lainnya	25	19.38%
Jurusan Akademik		
D3 Sekretaris/Adm Perkantoran	61	47.29%

Profil	F	%
Hukum	32	24.81%
Manajemen Pendidikan Islam	11	8.53%
Sistem Informatika/TI	16	12.40%
Lainnya	9	6.98%
Media Sosial yang Paling Sering Digunakan		
Facebook	14	5.93%
Tiktok	69	29.24%
Twitter	5	2.12%
Instagram	91	38.56%
Youtube	46	19.49%
WhatsApp	11	4.66%
Rata - Rata Waktu (Jam) yang Digunakan Untuk Mengakses Media Sosial		
Tidak Tentu/ Tergantung Situasi	4	3.10%
Kurang dari 1 Jam/hari	5	3.88%
1-2 jam/hari	20	15.50%
2-3 jam/hari	32	24.81%
4-5 jam/hari	31	24.03%
6-7 jam/hari	16	12.40%
Lebih dari 7 jam/hari	21	16.28%
Tujuan Utama Mengakses Media Sosial		
Hiburan	38	29.46%
Lainnya	6	4.65%
Membagikan artikel atau ide-ide yang bermanfaat untuk orang lain	5	3.88%
Memperoleh pengetahuan akademis	5	3.88%
Mendapat informasi terbaru	41	31.78%
Mengunggah dan membagikan foto atau video	3	2.33%
Menjalin komunikasi dengan teman, keluarga dan kerabat	31	24.03%

Berdasarkan profil jenis kelamin, sebagian besar responden adalah perempuan (73,64%) sedangkan laki-laki sebesar 26,36%. Usia terbanyak adalah kurang dari 20 tahun (56,59%) dan jumlah terkecil di atas 25 tahun (10,08%). Sebagian besar responden berasal dari Kota Tangerang Selatan (25,58%), jumlah terkecil berasal dari Kota Bekasi (3,88%) dan kota lainnya sebesar 19,38%. Sebagian besar responden berkuliah di D3 Sekretaris/Administrasi Perkantoran (47,29%), jumlah terkecil berkuliah di Manajemen Pendidikan Islam (8,53%) sedangkan jurusan lainnya sebesar 6,98%.

Media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram (38,56%), dan yang jarang digunakan adalah Twitter (2,12%). Sebagian besar (24,81%) responden menghabiskan waktu 2-3 jam/hari untuk mengakses media sosial sedangkan jumlah terkecil adalah tidak tentu/tergantung situasi (3,10%). Tujuan utama mengakses media sosial adalah untuk mendapat informasi terbaru (31,78%), kemudian untuk hiburan (29%), berkomunikasi dengan keluarga, teman dan kerabat (24,03%) sedangkan mengunggah dan membagikan video atau foto merupakan tujuan yang paling

sedikit dimiliki responden (2,33%).

Statistik Deskriptif Variabel

Tabel 3. Statistik Deskriptif Tipe Kepribadian

Tipe Kepribadian	Mean	Std Dev
Realistis	0.777	0.084
Investigasi	0.696	0.156
Artistik	0.553	0.213
Sosial	0.771	0.169
Enterprising	0.628	0.182
Konvensional	0.857	0.088
Total	0.714	0,052

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa skor rata-rata tipe kepribadian sebesar 0,714 dengan standar deviasi 0,052. Dari keenam tipe kepribadian, Tipe Konvensional merupakan tipe kepribadian yang paling dominan dengan skor rata-rata 0,857, diikuti oleh Tipe Realistis (0,777), Sosial (0,771), Investigasi (0,696), *Enterprising* (0,628) sedangkan Artistik (0,553) merupakan tipe kepribadian yang paling rendah.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan beberapa uji, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Tabel 4. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		129
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.49303424
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.039
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi *Unstandardized residual* sebesar 0,200 > 0,05. Hal ini berarti data pada model regresi telah terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

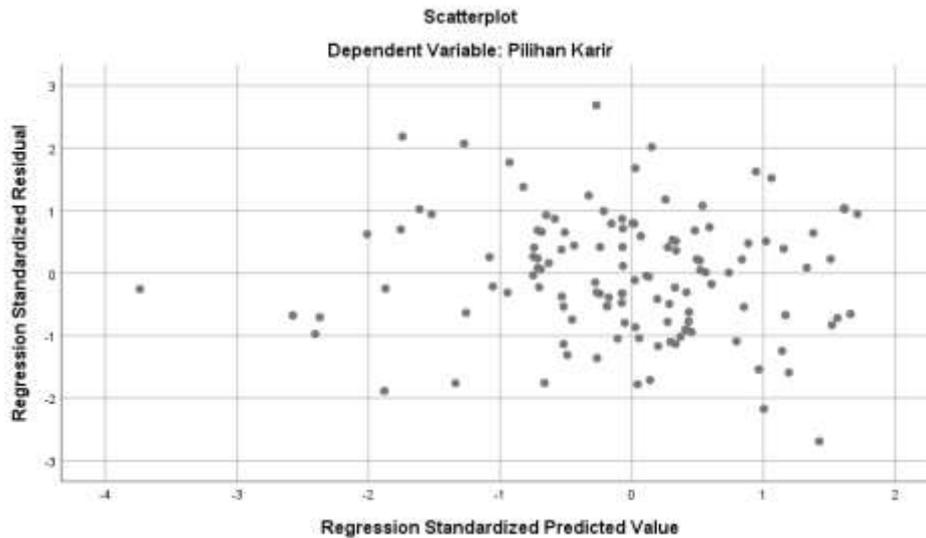
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Realistis	.649	1.541
Investigasi	.638	1.566

Artistik	.775	1.291
Sosial	.622	1.607
Enterprising	.594	1.683
Konvensional	.872	1.146
Penggunaan Medsos	.786	1.273

a. Dependent Variable: Pilihan Karier

Berdasarkan model regresi di atas dapat diketahui nilai toleran seluruh variabel independen > 0,1 dan VIF < 10. Hal ini berarti tidak terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen, sehingga model regresi tidak memiliki masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas



Grafik 1. Scatterplot

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa titik – titik data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu di sekitar sumbu 0. Kondisi ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki masalah heterokoedastisitas.

Uji Hipotesis

Pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Pemilihan Karier

Tabel 6. Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29.130	4.251		6.853	.000
Realistis	-.828	3.963	-.022	-.209	.835
Investigasi	1.890	3.518	.057	.537	.592
Artistik	5.535	3.183	.162	1.739	.085
Sosial	2.662	4.231	.067	.629	.530
Enterprising	1.794	3.580	.055	.501	.617
Konvensional	8.856	4.175	.193	2.121	.036

a. Dependent Variable: Pilihan Karier

Berdasarkan hasil pengujian dapat disusun model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 29,130 - 0,828X_1 + 1,890X_2 + 5,535X_3 + 2,662X_4 + 1,794X_5 + 8,856X_6$$

Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 29,130 artinya apabila variabel tipe kepribadian bernilai konstan (0) maka preferensi pemilihan karier akan bernilai 29,130 satuan.
2. Tipe Kepribadian Realistis berpengaruh negatif terhadap preferensi pemilihan karier. Hasil ini berarti setiap peningkatan kecenderungan Tipe Kepribadian Realistis sebesar 1 satuan sementara tipe kepribadian lain bernilai 0 maka akan menurunkan preferensi pemilihan karier sebesar 0,828 kali. Signifikansi $0,835 > 0,05$ artinya Tipe Kepribadian Realistis tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan karier.
3. Tipe Kepribadian Investigasi berpengaruh positif terhadap preferensi pemilihan karier. Hasil ini berarti setiap peningkatan kecenderungan Tipe Kepribadian Investigasi sebesar 1 satuan sementara tipe kepribadian lain bernilai 0 maka akan meningkatkan preferensi pemilihan karier sebesar 1,890 kali. Signifikansi $0,592 > 0,05$ artinya Tipe Kepribadian Investigasi tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan karier.
4. Tipe Kepribadian Artistik berpengaruh positif terhadap preferensi pemilihan karier. Hasil ini berarti setiap peningkatan kecenderungan Tipe Kepribadian Artistik sebesar 1 satuan sementara tipe kepribadian lain bernilai 0 maka akan meningkatkan preferensi pemilihan karier sebesar 5,535 kali. Signifikansi $0,085 > 0,05$ artinya Tipe Kepribadian Artistik tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan karier.
5. Tipe Kepribadian Sosial berpengaruh positif terhadap preferensi pemilihan karier. Hasil ini berarti setiap peningkatan kecenderungan Tipe Kepribadian Sosial sebesar 1 satuan sementara tipe kepribadian lain bernilai 0 maka akan meningkatkan preferensi pemilihan karier sebesar 2,662 kali. Signifikansi $0,530 > 0,05$ artinya Tipe Kepribadian Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan karier.
6. Tipe Kepribadian *Enterprising* berpengaruh positif terhadap preferensi pemilihan karier. Hasil ini berarti setiap peningkatan kecenderungan Tipe Kepribadian *Enterprising* sebesar 1 satuan sementara tipe kepribadian lain bernilai 0 maka akan meningkatkan preferensi pemilihan karier sebesar 1,794 kali. Signifikansi $0,617 > 0,05$ artinya Tipe Kepribadian *Enterprising* tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan karier.
7. Tipe Kepribadian Konvensional berpengaruh positif terhadap preferensi pemilihan karier. Hasil ini berarti setiap peningkatan kecenderungan Tipe Kepribadian Konvensional sebesar 1 satuan sementara tipe kepribadian lain bernilai 0 maka akan meningkatkan preferensi pemilihan karier sebesar 8,856 kali. Signifikansi $0,036 < 0,05$ artinya Tipe Kepribadian Konvensional berpengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan karier.

Pengaruh Media Sosial terhadap Preferensi Pemilihan Karier

Tabel 7. Uji Regresi Pengaruh Media Sosial terhadap Preferensi Pemilihan Karier

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.395	3.215		4.166	.000
Penggunaan Medsos	.785	.082	.647	9.566	.000

a. Dependent Variable: Pilihan Karier

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ di mana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,566 > 1,979$). Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Penggunaan Media Sosial terhadap Preferensi Pemilihan Karier.

Pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Preferensi Pemilihan Karier yang Dimediasi Oleh Penggunaan Media Sosial

Pengujian hipotesis ketiga menggunakan uji regresi model mediasi (*intervening model*), di mana akan menguji pengaruh tipe kepribadian terhadap preferensi pemilihan karier yang dimediasi oleh variabel penggunaan media sosial. Regresi model mediasi menggunakan teknik Process 4.1 Model Hayes yang terdapat pada *software* SPSS versi 25.

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

H₀ = Penggunaan Media Sosial tidak memediasi pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Pemilihan Karier

H_a = Penggunaan Media Sosial memediasi pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Pemilihan Karier.

Dasar penolakan/ penerimaan hipotesis adalah apabila nilai *Confident Interval* mengandung nilai 0, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Preferensi Pemilihan Karier Melalui Penggunaan Media Sosial

Model	Effect	Lower Level for CI	Upper level for CI	Koefisien
Y _{ZX1}	0,1652	2,340	10,778	6,211
Y _{ZX2}	0,1969	1,906	3,052	6,539
Y _{ZX3}	0,2342	3,390	13,096	8,006
Y _{ZX4}	0,2199	4,263	14,009	8,768
Y _{ZX5}	0,1789	1,943	9,873	5,805
Y _{ZX6}	0,0932	0,085	9,029	4,277

Hasil pengujian Model 1 (pengaruh Tipe Kepribadian Realistis terhadap Pemilihan Karier) menunjukkan nilai *Lower Level for CI* 2,340 sedangkan *Upper Level for CI* 10,778. Karena nilai *Confident Interval* tidak mencakup nilai 0 ($0 < \text{Lower CI} - \text{Upper CI}$) maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya Variabel Penggunaan Media Sosial terbukti secara signifikan memediasi pengaruh Tipe Kepribadian Realistis terhadap Preferensi Pemilihan Karier. Selanjutnya nilai *Effect* sebesar 0,1652 artinya sebesar 16,52% adalah pengaruh Tipe Kepribadian Realistis terhadap Preferensi Pemilihan Karier yang dimediasi oleh Penggunaan Media Sosial.

Hasil pengujian Model 2 (pengaruh Tipe Kepribadian Investigasi terhadap Preferensi Pemilihan Karier) menunjukkan nilai *Lower Level for CI* 1,906 sedangkan *Upper Level for CI* 3,052. Karena nilai *Confident Interval* tidak mencakup nilai 0 ($0 < \text{Lower CI} - \text{Upper CI}$) maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya Variabel Penggunaan Media Sosial terbukti secara signifikan memediasi pengaruh Tipe Kepribadian Investigasi terhadap Preferensi Pemilihan Karier. Selanjutnya nilai *Effect* sebesar 0,1969 artinya sebesar 19,69% adalah pengaruh Tipe Kepribadian Investigasi terhadap Preferensi Pemilihan Karier yang dimediasi oleh Penggunaan Media Sosial.

Hasil pengujian Model 3 (pengaruh Tipe Kepribadian Artistik terhadap Preferensi Pemilihan Karier) menunjukkan nilai *Lower Level for CI* 3,390 sedangkan *Upper Level for CI* 13,096. Karena nilai *Confident Interval* tidak mencakup nilai 0 ($0 < \text{Lower CI} - \text{Upper CI}$) maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya Variabel Penggunaan Media Sosial terbukti secara signifikan memediasi pengaruh Tipe Kepribadian Artistik terhadap Preferensi Pemilihan Karier. Selanjutnya nilai *Effect* sebesar 0,2342 artinya sebesar 23,42% adalah pengaruh Tipe Kepribadian Artistik terhadap Preferensi Pemilihan Karier yang dimediasi oleh Penggunaan Media Sosial.

Hasil pengujian Model 4 (pengaruh Tipe Kepribadian Sosial terhadap Preferensi Pemilihan Karier) menunjukkan nilai *Lower Level for CI* 4,263 sedangkan *Upper Level for CI* 14,009. Karena

nilai *Confident Interval* tidak mencakup nilai 0 ($0 < \text{Lower CI} - \text{Upper CI}$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Variabel Penggunaan Media Sosial terbukti secara signifikan memediasi pengaruh Tipe Kepribadian Sosial terhadap Preferensi Pemilihan Karier. Selanjutnya nilai *Effect* sebesar 0,2199 artinya sebesar 21,99% adalah pengaruh Tipe Kepribadian Sosial terhadap Preferensi Pemilihan Karier yang dimediasi oleh Penggunaan Media Sosial.

Hasil pengujian Model 5 (pengaruh Tipe Kepribadian *Enterprising* terhadap Preferensi Pemilihan Karier) menunjukkan nilai Lower Level for CI 1,943 sedangkan Upper Level for CI 9,873. Karena nilai *Confident Interval* tidak mencakup nilai 0 ($0 < \text{Lower CI} - \text{Upper CI}$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Variabel Penggunaan Media Sosial terbukti secara signifikan memediasi pengaruh Tipe Kepribadian *Enterprising* terhadap Preferensi Pemilihan Karier. Selanjutnya nilai *Effect* sebesar 0,1789 artinya sebesar 17,89% adalah pengaruh Tipe Kepribadian *Enterprising* terhadap Preferensi Pemilihan Karier yang dimediasi oleh Penggunaan Media Sosial.

Hasil pengujian Model 6 (pengaruh Tipe Kepribadian Konvensional terhadap Preferensi Pemilihan Karier) menunjukkan nilai Lower Level for CI 0,085 sedangkan Upper Level for CI 9,029. Karena nilai *Confident Interval* tidak mencakup nilai 0 ($0 < \text{Lower CI} - \text{Upper CI}$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Variabel Penggunaan Media Sosial terbukti secara signifikan memediasi pengaruh Tipe Kepribadian Konvensional terhadap Preferensi Pemilihan Karier. Selanjutnya nilai *Effect* sebesar 0,0932 artinya sebesar 9,32% adalah pengaruh Tipe Kepribadian Konvensional terhadap Preferensi Pemilihan Karier yang dimediasi oleh Penggunaan Media Sosial.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis statistik: terdapat pengaruh tipe kepribadian terhadap pemilihan karier, pada hasil penelitian ini ditemukan bahwa: hanya Tipe Kepribadian Konvensional yang berpengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan karier, sedangkan tipe kepribadian lainnya: RIASE (*Realistic, Investigatif, Artistic, Sosial dan Entrepreneur*) tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan karier. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ahmed yang menyatakan bahwa dengan kepribadian konvensional yang sangat berorientasi pada detail, terorganisir dan senang bekerja dengan data, mereka memiliki kecenderungan untuk sangat berhati-hati dalam pemilihan karier, di mana faktor-faktor yang mempengaruhi dirinya dari eksternal akan menjadi bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan dalam memilih karier (Gottfredson & Holland, 1996; Mirzanevedshahzad et al., 2018). Hal ini pun didukung dengan data responden 47.29% mahasiswa berasal dari jurusan sekretaris/administrasi perkantoran dan 24,81% mengambil jurusan hukum, yang menurut teori *Holland* tipe kepribadian Konvensional cocok untuk jurusan yang berkaitan dengan administratif dan hukum (Gottfredson & Holland, 1996).

Pengaruh Media Sosial terhadap Preferensi Pemilihan Karier: disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Penggunaan Media Sosial terhadap pemilihan karier. Banyak hasil penelitian lainnya yang mendukung bahwa media sosial berpengaruh terhadap pemilihan karier (Karácsony et al., 2020; Suyanto et al., 2021; Zamroni et al., 2019) bahkan temuan dari ASA menambahkan media sosial telah menjadi sumber utama informasi tentang segala hal dan sebanyak 81% Gen Z menggunakan media sosial untuk membantu membuat keputusan karier mereka (American Student Assistant, 2021).

Pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Preferensi Pemilihan Karier yang dimediasi Oleh Penggunaan Media Sosial: Variabel Penggunaan Media Sosial terbukti secara signifikan memediasi pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Preferensi Pemilihan Karier. Dengan nilai efek masing-masing tipe kepribadian: Realistik: 16,52%, Investigasi: 19,69%, Artistik: 23,42%, Sosial:

21,99%, *Enterprising*: 17,89%, Konvensional: 9,32%. Penelitian lain yang menunjang hasil Variabel Penggunaan Media Sosial terbukti secara signifikan memediasi pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Preferensi Pemilihan Karier adalah Widyatama yang menyatakan bahwa media sosial secara signifikan dapat mempengaruhi pola pikir siswa ketika memilih jalur karier (Utama & Widyatama, 2020). Faktor media sosial menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi perilaku lulusan untuk memilih jalur karier (Crossman, 2017; Tourna-Germau, 2006). Adapun hal lain yang dapat ditemukan dalam penelitian ini adalah tipe kepribadian Artistik memiliki nilai efek tertinggi: 23,42%, dapat diartikan bahwa tipe ini yang memiliki kecenderungan untuk dapat dipengaruhi oleh media sosial dalam membuat keputusan pemilihan karier mereka, dapat disimpulkan bahwa individu dengan tipe kepribadian Artistik, sering diasosiasikan dengan kreativitas dan keterbukaan, dapat menunjukkan berbagai tingkat penggunaan media sosial (Lampropoulos et al., 2022).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menyatakan bahwa:

1. Terdapat pengaruh tipe kepribadian terhadap pemilihan karier, maka pada hasil penelitian ini ditemukan bahwa: hanya Tipe Kepribadian Konvensional yang berpengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan karier, sedangkan tipe kepribadian lainnya: RIASE (*Realistic, Investigatif, Artistic, Sosial dan Entrepreneur*) tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pemilihan karier. Hal ini disebabkan karena karakter Konvensional yang cenderung akan mempertimbangkan pengaruh dari faktor eksternal/luar dirinya untuk dijadikan sebagai bahan untuk mengambil keputusan pemilihan karier dan sesuai dengan temuan data responden yang mayoritas berasal dari jurusan sekretaris/administrasi perkantoran & hukum, yang cocok dengan tipe kepribadiannya.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Penggunaan Media Sosial terhadap Preferensi Pemilihan Karier.
3. Variabel Penggunaan Media Sosial terbukti secara signifikan memediasi pengaruh Tipe Kepribadian terhadap Preferensi Pemilihan Karier

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, H. (n.d.). *WORK VALUES OF GEN Z: Bridging the Gap to the Next Generation*.
- Agarwala, T. (2008). Factors influencing career choice of management students in India. *Career Development International*, 13(4), 362–376.
- Sasongko, A. U. B & Muis, T. (2015). Survei Pemilihan Karier Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Bk*, 05(02).
- American Student Assistant. (2021). *UNDERSTANDING GEN Z How Gen Z Approaches Decision-Making*. ASA. <https://www.asa.org/research/how-gen-z-approaches-decision-making/>
- Ann D. Regulacion, C. (2022). Influence on Career Preferences of the Senior High School Graduating Students. *International Journal of Research Publications*, 104(1), 17. <https://doi.org/10.47119/ijrp1001041720223572>
- Ates, S. S. (2016). The affecting factors of career start in institutions of higher education: Application with Turkish Aviation Students. *Journal of Social Sciences*, 2(4), 27–34.
- bps.go.id. (2020). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2020. *Bps.Go.Id*. https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/YW40a21pdTU1cnJxOGt6dm43ZEdoZz09/da_03/3
- Bubić, A., & Ivanišević, K. (2016). The role of emotional stability and competence in young

- adolescents' career judgments. *Journal of Career Development*, 43(6), 498–511.
- Crossman, H. A. (2017). Awareness of the public versus private accounting divide, and its impact on the career path preference of accounting students. *Accounting Education*, 26(4), 392–409.
- Dairiana, E. (2013). Kematangan Karier Dalam Perencanaan Studi Para Siswa Kelas X Akuntansi Smk N 43 Jakarta. *Psiko Edukasi*, 11(1), 9–20.
- Databoks. (n.d.). *Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>
- Dwidienawati, D., & Gandasari, D. (2018). Understanding Indonesia's generation Z. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(3), 245–253.
- Fister-Gale, S. (2015). Forget Millennials: are you ready for Generation Z. *Chief Learning Officer*, 14(7), 38–48.
- Gaidhani, S., Arora, D., & Sharma, B. (2019). *UNDERSTANDING THE ATTITUDE OF GENERATION Z TOWARDS WORKPLACE*. 9.
- Gen up. How the four generations worko Title*. (n.d.). CIPD. <http://www.cipd.co.uk/binaries/gen-up-how-four-generations-work.pdf>.
- Gottfredson, G. D., & Holland, J. L. (1996). *Dictionary of Holland occupational codes*. Psychological Assessment Resources Incorporated.
- Gwelo, A. S. (2019). Determinants of career choice among university students. *MOJEM: Malaysian Online Journal of Educational Management*, 7(1), 1–19.
- Harahap, N. A., Amalianingsih, R., & Hidayat, D. R. (2020). Tipe Kepribadian dalam Mengambil Keputusan Karier Berdasarkan Teori John L. Holland. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 11(1), 40–46.
- Harber, J. G. (2011). *Generations in the workplace: Similarities and differences*. East Tennessee State University.
- Holzer, B. M., Ramuz, O., Minder, C. E., & Zimmerli, L. (2022). Motivation and personality factors of Generation Z high school students aspiring to study human medicine. *BMC Medical Education*, 22(1). <https://doi.org/10.1186/s12909-021-03099-4>
- Huang, Q. (2022). Analysis of Influential Factors for High School Students' Career Choice: Evidence from Canada. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 6, 197–205.
- Humayon, A. A., Raza, S., & Khan, R. A. (2018). Effect of Family Influence, Personal Interest and Economic Considerations on Career Choice amongst Undergraduate Students in Higher Educational Institutions of Vehari, Pakistan. *International Journal of Organizational Leadership*, 7(2).
- Jungen, K. A. (2008). *Parental influence and career choice: How parents affect the career aspirations of their children*.
- Karácsony, P., Izsák, T., & Vasa, L. (2020). Attitudes of z generation to job searching through social media. *Economics and Sociology*, 13(4), 227–240. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2020/13-4/14>
- Kilduff, M. (1992). The friendship network as a decision-making resource: Dispositional moderators of social influences on organizational choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(1), 168.
- Kumazhege, S. Z. (2017). Factors that influence vocational choice among Technical College students in North-East Nigeria. *International Journal of Education and Evaluation*, 3(6), 28–39.
- Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration employees: strategies for effective management. *The Health Care Manager*, 19(1), 65–76.
- Lampropoulos, G., Anastasiadis, T., Siakas, K., & Siakas, E. (2022). The Impact of Personality

- Traits on Social Media Use and Engagement: An Overview. *International Journal on Social and Education Sciences*, 4(1), 34–51.
- Mirzanaveedshahzad, S., Takdees, F., & Ahmed, M. (2018). Factors influencing on students' career choices: Multivariate analysis. *International Journal of Contemporary Applied Researches*, 5(6).
- Omar, M. K., Zaman, M. D. K., & Aziz, M. H. (2021). Factors Influencing Career Choice Among Final Semester Undergraduate Students of a Business Management Faculty in A Malaysian Public University. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(2), 361–373.
- Owusu, A. Y., Owusu-Addo, A., Addai-Amoah, A. K., Kuranachie, A., & Affum, P. K. (n.d.). *Career Choice and Students' Personality Traits: Does Gender Matter?*
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Sheldon, K. M., Holliday, G., Titova, L., & Benson, C. (2020). Comparing Holland and Self-Determination Theory measures of career preference as predictors of career choice. *Journal of Career Assessment*, 28(1), 28–42.
- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the generation Z: the future workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(3), 1–5.
- Suyanto, D. A., Zusyana, R., & Lailin, M. I. A. H. (2021). Pengaruh Konten Channel Youtube Nihongo Manttapu Terhadap Pemilihan Karier Generasi Z (Studi Pada Sma Negeri 1 Bangsal). *PAWITRA KOMUNIKA: Jurnal Komunikasi Dan Sosial Humaniora*, 2(1), 2722–9025. <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/pawitrakomunika>
- Tan, T., Zhang, Y., & Kankanhalli, A. (2014). How Online Social Networks Affect my Job Choice Intention: an Empirical Approach. *PACIS*, 324.
- Tanoto foundation. (n.d.). *Gen Z: Tantangan dan Kesempatan untuk Indonesia*. Tanoto Foundation. Retrieved March 10, 2022, from <https://www.tanotofoundation.org/id/news/gen-z-tantangan-dan-kesempatan-untuk-indonesia/>
- Tourna-Germau, E. (2006). *Understanding, predicting and influencing business students' accounting career choice*. Sheffield Hallam University (United Kingdom).
- Utama, A., & Widyatama, A. (2020). The social media intention to construct beliefs in accounting student's career choice: What is the value. *Talent Development and Excellence*, 12(2s), 649–653.
- Wardono, P. (2020). Identifikasi faktor pembentuk perilaku pencari kerja generasi Z di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 6(3), 628.
- Wolf, A. (2020). *Gen Z & social media influencers: The generation wanting a real experience*.
- Yean, T. F., & Chin, T. L. (2019). Parental Influence and Undergraduates' Career Choice Intentions. *Sains Humanika*, 11(2–2).
- Zaman, M. D. K., Hafiz Aziz, M., & Omar, M. K. (2021). Factors Influencing Career Choice Among Final Semester Undergraduate Students of a Business Management Faculty in A Malaysian Public University. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 10(2). <https://doi.org/10.6007/ijarped/v10-i2/9830>
- Zamroni, E., Mahardika, N., Rahardjo, S., & Masturi, M. (2019). Social Media as a Student Career Selection Preference. *Proceedings of the First International Conference on Technology and Educational Science, ICSTES 2018, November 21-22 2018, Bali, Indonesia*.
- Zhou, W., Guan, Y., Xin, L., Mak, M. C. K., & Deng, Y. (2016). Career success criteria and locus of control as indicators of adaptive readiness in the career adaptation model. *Journal of Vocational Behavior*, 94, 124–130.