

Pengaruh Konten Edukasi Karier pada TikTok @vmuliana Terhadap Kepercayaan Diri *Fresh graduate* dalam Menghadapi Proses Rekrutmen

Shakilla Ghina Savitri¹, Leonard Dharmawan²

^{1,2}Sekolah Vokasi IPB University

E-mail: shakillaghinaa@gmail.com¹, leonarddharmawan@apps.ipb.ac.id²

Article History:

Received: 07 Juli 2025

Revised: 24 Juli 2025

Accepted: 07 Agustus 2025

Keywords: Edukasi seks, Instagram, Media Sosial, Parenting

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten edukasi karier pada akun TikTok @vmuliana terhadap kepercayaan diri *fresh graduate* dalam menghadapi proses rekrutmen kerja. Di tengah ketatnya persaingan dunia kerja, media sosial menjadi sumber informasi alternatif yang semakin populer, khususnya di kalangan generasi muda. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS), melibatkan 75 responden lulusan Program Studi Komunikasi Digital dan Media IPB University yang pernah mengakses konten akun tersebut. Variabel yang diteliti meliputi karakteristik individu, konsumsi konten edukasi karier, dan tingkat kepercayaan diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik karakteristik individu ($\beta = 0,595$; $p < 0,001$) maupun konsumsi konten edukasi karier ($\beta = 0,312$; $p < 0,05$) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepercayaan diri. Dimensi yang paling dominan dalam peningkatan kepercayaan diri adalah kemampuan memecahkan masalah. Temuan ini memperkuat relevansi Social Learning Theory dan Uses and Gratifications Theory, yang menjelaskan peran media sosial dalam membentuk perilaku dan kesiapan psikologis individu. Secara keseluruhan, konten edukatif di TikTok terbukti mampu menjadi sarana pembelajaran nonformal yang mendukung kesiapan kerja *fresh graduate*, khususnya dalam membangun rasa percaya diri saat menghadapi proses seleksi.

PENDAHULUAN

Lulusan perguruan tinggi saat ini menghadapi tantangan besar dalam memasuki dunia kerja. Data Badan Pusat Statistik (2024) menunjukkan bahwa tingkat pengangguran tertinggi berada pada kelompok usia 15–24 tahun, yaitu sebesar 22,34%. Tingginya angka ini menunjukkan bahwa memiliki gelar pendidikan saja belum cukup untuk menjamin kesiapan seseorang dalam memasuki

dunia kerja. Salah satu aspek penting yang sering diabaikan adalah kesiapan psikologis, khususnya rasa percaya diri, yang sangat berperan dalam proses seleksi kerja (Maulana dan Mukhyi 2024).

Kepercayaan diri merupakan aspek penting dalam proses rekrutmen, terutama saat mengikuti wawancara atau seleksi kerja lainnya. Menurut Putri (2024) fresh graduate yang memiliki tingkat kepercayaan diri rendah cenderung merasa tidak siap dan mudah mengalami kecemasan. Salah satu hal yang dapat membantu meningkatkan kepercayaan diri adalah paparan terhadap informasi serta edukasi nonformal, yang kini dapat diakses dengan mudah melalui berbagai platform digital, termasuk media sosial.

We Are Social (2025) mencatat bahwa media sosial, khususnya TikTok, kini telah berkembang menjadi salah satu sumber informasi karier yang cepat dan mudah diakses oleh generasi muda. Akun TikTok seperti @vmuliana menjadi contoh platform yang aktif menyajikan konten edukatif seputar dunia kerja. Konten-konten ini tidak hanya memberikan informasi praktis mengenai proses rekrutmen, tetapi juga memotivasi serta membangun kesiapan mental bagi para penontonnya. Dengan pendekatan yang ringan namun relevan, akun-akun semacam ini mampu menjangkau pengguna secara efektif.

Namun, meskipun penggunaannya semakin luas, pengaruh konten edukasi karier di TikTok terhadap kepercayaan diri fresh graduate belum banyak diteliti secara akademik. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten edukasi karier pada TikTok @vmuliana terhadap kepercayaan diri fresh graduate dalam menghadapi proses rekrutmen, dengan mempertimbangkan karakteristik individu sebagai variabel pendukung dalam analisis.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini bertumpu pada beberapa teori penting yang menjelaskan bagaimana individu membangun kepercayaan diri dalam menghadapi proses rekrutmen, khususnya melalui pengaruh media digital. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi hal tersebut adalah karakteristik individu, yang mencakup kemampuan, kepribadian, dan pengalaman belajar. Menurut Karyono & Noor (2020), ketiga aspek ini sangat berperan dalam menentukan kesiapan seseorang saat menghadapi tantangan dunia kerja, termasuk proses seleksi dan wawancara kerja.

Di era digital saat ini, kepercayaan diri juga dipengaruhi oleh sumber informasi yang diakses melalui media sosial. Salah satu platform yang banyak dimanfaatkan oleh generasi muda adalah TikTok, yang kini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran informal. Melalui akun seperti @vmuliana, pengguna dapat mengakses berbagai konten edukasi karier yang berisi tips wawancara, pembuatan CV, hingga strategi menghadapi seleksi kerja.

Dalam konteks ini, Teori Pembelajaran Sosial (Social Learning Theory) yang dikemukakan oleh Bandura (1997) menjadi relevan. Teori ini menjelaskan bahwa individu dapat belajar melalui pengamatan dan peniruan terhadap perilaku orang lain yang dijadikan sebagai model. Influencer seperti Vina Muliana berperan sebagai model sosial yang memberikan contoh positif kepada para pengikutnya. Melalui konten-konten edukatif yang disampaikan secara konsisten dan menarik, para fresh graduate dapat menyerap informasi, membentuk persepsi baru, dan menyesuaikan perilaku mereka dalam menghadapi rekrutmen.

Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada Teori Uses and Gratifications yang dikembangkan oleh Katz et al. (1973). Teori ini menekankan bahwa individu secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan mereka, baik kebutuhan akan informasi, hiburan, maupun pengembangan diri. Dalam hal ini, TikTok digunakan oleh fresh graduate sebagai media untuk mencari wawasan dan solusi praktis dalam menghadapi tantangan karier.

Dengan demikian, landasan teori dalam penelitian ini menggabungkan perspektif psikologi

individu dan perilaku media untuk menjelaskan bagaimana karakteristik personal dan konsumsi konten digital berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan diri lulusan baru. Kerangka teori ini menjadi pijakan dalam menganalisis peran konten edukatif TikTok terhadap kesiapan mental fresh graduate dalam menghadapi dunia kerja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Pendekatan ini dipilih karena mampu mengukur hubungan antara variabel secara objektif, serta cocok untuk mengevaluasi model dengan beberapa indikator dan sampel berukuran kecil hingga menengah.

Responden dalam penelitian ini adalah 75 orang fresh graduate dari Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University. Mereka dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria yaitu telah lulus pada tahun 2024 (fresh graduate) dan pernah mengakses atau menonton konten edukasi karier dari akun TikTok @vmuliana. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dari populasi sebanyak 297 orang. Berikut rumus yang digunakan:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{297}{1 + 297(10\%)^2} = 75$$

Keterangan:

- n : Jumlah Sampel
N : Jumlah Seluruh Populasi
e : Toleransi error (10%)

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring yang dibagikan menggunakan Google Form. Kuesioner terdiri dari tiga bagian utama:

1. Karakteristik Individu, yang diukur melalui indikator kemampuan, kepribadian, dan pembelajaran.
2. Konten Edukasi Karier, yang diukur melalui indikator frekuensi menonton, atensi (tingkat perhatian), dan durasi waktu menonton.
3. Kepercayaan Diri, yang diukur melalui indikator kemampuan berpikir kritis dan sistematis, berpikir positif, kemampuan memecahkan masalah, dan komunikasi yang baik.

Setiap pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, dari “Sangat Tidak Setuju” (1) hingga “Sangat Setuju” (5). Sebelum pengumpulan data utama, kuesioner diuji validitas dan reliabilitas dengan SPSS. Seluruh pernyataan dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dan reliabel jika Cronbach’s Alpha $>$ 0,8.

Analisis data dilakukan dalam dua tahap. Pertama, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan persepsi responden. Kedua, analisis SEM-PLS digunakan untuk menguji model struktural meliputi uji outer model (validitas dan reliabilitas indikator) dan inner model (pengaruh antar variabel laten). Metode ini memungkinkan peneliti untuk melihat secara komprehensif bagaimana variabel-variabel dalam penelitian saling berkaitan dan berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan diri lulusan baru dalam menghadapi proses rekrutmen kerja. Dengan menggunakan pendekatan tersebut, penelitian ini mengajukan dua hipotesis sebagai berikut:

1. H1: Karakteristik individu berpengaruh positif terhadap kepercayaan diri fresh graduate dalam menghadapi proses rekrutmen.

2. H2: Konten edukasi karier pada TikTok @vmuliana berpengaruh positif terhadap kepercayaan diri fresh graduate dalam menghadapi proses rekrutmen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan sebanyak 75 responden yang merupakan fresh graduate dari Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University. Sebagian besar responden adalah perempuan dengan presentase sebesar 76%, dan mayoritas di antaranya sebanyak 79% menggunakan aplikasi TikTok setiap hari. Meskipun hanya 76% yang secara langsung mengikuti akun TikTok @vmuliana, seluruh responden mengaku pernah menonton konten edukasi karier dari akun tersebut, yang menunjukkan bahwa konten-konten yang dibagikan memiliki jangkauan yang luas dan pengaruh yang kuat. Hasil awal dari penelitian ini memperlihatkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju terhadap pernyataan-pernyataan mengenai karakteristik individu dalam kuesioner. Ini mengindikasikan bahwa para responden umumnya merasa memiliki kualitas pribadi yang cukup baik, sehingga dapat menjadi bekal dalam menghadapi proses rekrutmen. Hal ini sejalan dengan pendapat Alam et al., (2021) yang menyebutkan bahwa faktor-faktor internal tersebut sangat berperan dalam menentukan kesiapan seseorang untuk memasuki dunia kerja. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan angka yang tertera pada Tabel 1. sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis deskriptif variabel karakteristik Individu

Dimensi	Indikator	Mean	Kriteria
Kemampuan	KI11	3,97	Setuju
	KI12	4,07	Setuju
	KI13	4,57	Sangat Setuju
Mean dimensi Kemampuan		4,20	Setuju
Kepribadian	KI21	4,20	Setuju
	KI22	4,10	Setuju
	KI23	4,57	Sangat Setuju
Mean dimensi Kepribadian		4,16	Setuju
Pembelajaran	KI31	4,07	Setuju
	KI32	4,33	Sangat Setuju
	KI33	4,63	Sangat Setuju
Mean dimensi Pembelajaran		4,63	Sangat Setuju
Mean Karakteristik Individu		4,33	Sangat Setuju

Pada variabel Karakteristik Individu memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4,33 yang termasuk dalam kategori "sangat setuju". Ini menunjukkan bahwa secara umum, responden merasa memiliki kualitas individu yang baik dalam mendukung kesiapan mereka menghadapi dunia kerja. Hal ini mencerminkan persepsi efikasi diri yang kuat dari peserta, sesuai teori Bandura (1997) tentang self-efficacy yang terbentuk dari pengalaman belajar dan observasi sosial. Dari tiga dimensi yang diukur, dimensi pembelajaran menunjukkan hasil paling tinggi dengan rata-rata 4,63. Hal ini mengindikasikan bahwa para responden merasa bahwa pengalaman belajar, baik yang diperoleh dari pendidikan formal maupun dari media pembelajaran nonformal seperti konten edukatif di media sosial dapat memberikan dampak besar dalam membentuk kesiapan mereka menghadapi proses rekrutmen.

Data selanjutnya yaitu mengukur intensitas keterpaparan responden terhadap konten edukasi karier yang diunggah oleh akun TikTok @vmuliana. Aspek yang dinilai meliputi seberapa sering responden menonton konten tersebut, berapa lama waktu yang mereka habiskan, serta sejauh mana perhatian yang mereka berikan saat mengonsumsi konten edukasi karier yang diunggah oleh akun TikTok @vmuliana yang disajikan pada Tabel 2. sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis deskriptif variabel konten edukasi karier

Dimensi	Indikator	Mean	Kriteria
Frekuensi	KE11	4,13	Setuju
	KE12	4,30	Sangat Setuju
	KE13	3,90	Setuju
Mean dimensi Frekuensi		4,11	Setuju
Durasi	KE21	4,33	Sangat Setuju
	KE22	4,43	Sangat Setuju
	KE23	4,27	Sangat Setuju
Mean dimensi Durasi		4,34	Sangat Setuju
Atensi	KE31	3,97	Setuju
	KE32	3,67	Setuju
	KE33	4,13	Setuju
Mean dimensi Atensi		3,92	Setuju
Mean Konten Edukasi		4,12	Setuju

Berdasarkan data pada Tabel 2, diketahui bahwa nilai rata-rata (mean) dari variabel Konten Edukasi sebesar 4,12. Seluruh angka tersebut berada pada kategori “Setuju” hingga “Sangat Setuju”, yang menunjukkan bahwa responden tidak hanya sering menonton konten tersebut, tetapi juga meluangkan waktu cukup lama untuk menontonnya hingga selesai. Ini mengindikasikan bahwa konten yang disajikan dianggap menarik, bermanfaat, dan relevan dengan kebutuhan mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Prakoso et al. (2023) yang menyatakan bahwa durasi menggambarkan seberapa besar ketertarikan pengguna dalam menyimak konten secara menyeluruh.

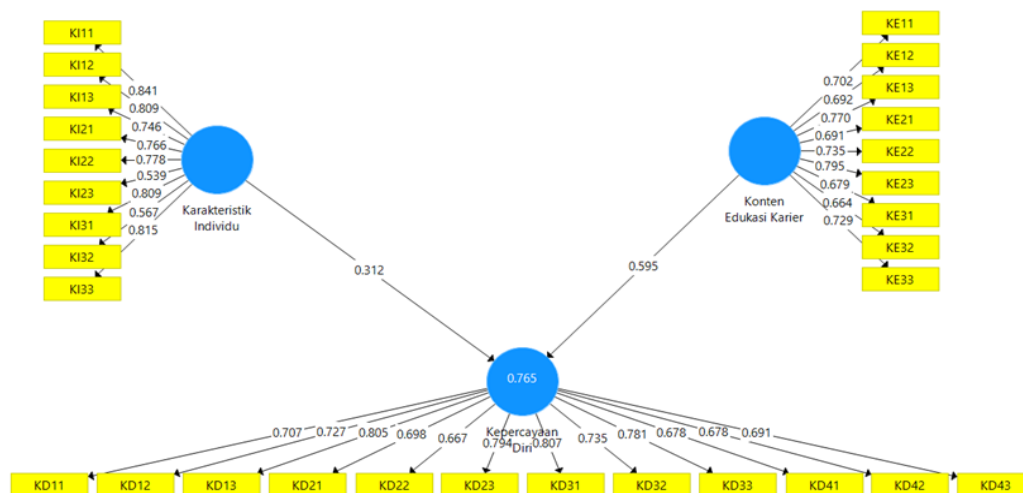
Pada variabel kepercayaan diri sebagai variabel dependen dianalisis melalui empat dimensi utama, yaitu kemampuan berpikir kritis, berpikir positif, pemecahan masalah, dan komunikasi. Rata-rata keseluruhan dari keempat dimensi ini mencapai 4,24, yang termasuk dalam kategori “Sangat Setuju”. Hal ini menunjukkan bahwa konten edukasi dari @vmuliana tidak hanya memberikan informasi teknis, tetapi juga memperkuat aspek mental seperti kemampuan berpikir logis, menyusun strategi, dan menghadapi tantangan yang muncul dalam proses rekrutmen. Dimensi ini menjadi salah satu soft skill yang sangat dibutuhkan dalam dunia kerja modern, dan konten yang disajikan dinilai berhasil memberikan dampak positif terhadap kesiapan mental para fresh graduate. Analisis ini disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Analisis deskriptif variabel Kepercayaan Diri

Dimensi	Indikator	Mean	Kriteria
Kemampuan kritis dan sistematis	KD11	4,23	Sangat Setuju
	KD12	4,13	Setuju
	KD13	4,13	Setuju

Mean dimensi Kemampuan kritis dan sistematis		4,17	Setuju
Kemampuan berpikir yang positif	KD21	4,27	Sangat Setuju
	KD22	4,10	Setuju
	KD23	4,33	Sangat Setuju
Mean dimensi Kemampuan berpikir yang positif		4,23	Sangat Setuju
Kemampuan untuk memecahkan masalah	KD31	4,30	Sangat Setuju
	KD32	4,13	Setuju
	KD33	4,47	Sangat Setuju
Mean dimensi Kemampuan untuk memecahkan masalah		4,30	Sangat Setuju
Kemampuan komunikasi yang baik	KD41	4,23	Sangat Setuju
	KD42	4,30	Sangat Setuju
	KD43	4,30	Sangat Setuju
Mean dimensi Kemampuan komunikasi yang baik		4,28	Sangat Setuju
Mean Kepercayaan Diri		4,24	Sangat Setuju

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS) versi 3.0. Teknik ini digunakan karena mampu menguji hubungan antara variabel-variabel laten dengan indikatornya secara menyeluruh dan simultan. Berdasarkan pendapat Hair et al. (2014), dalam SEM-PLS terdapat dua tahapan utama dalam proses analisis, yaitu evaluasi outer model dan evaluasi inner model. Pada tahap outer model, peneliti memeriksa apakah indikator yang digunakan benar-benar mampu mewakili atau menjelaskan variabel laten secara valid dan konsisten. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel laten yang diteliti, yaitu Karakteristik Individu, Konten Edukasi Karier, dan Kepercayaan Diri. Sesuai dengan penjelasan Ghazali (2014), evaluasi outer model melibatkan tiga pengujian utama, yakni convergent validity, discriminant validity, dan construct reliability. Berikut adalah hasil analisis SEM-PLS pengukuran outer model:



Gambar 1. Hasil Outer Model

Evaluasi pada tahap convergent validity dilakukan dengan melihat nilai outer loading dari setiap indikator yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini. Nilai loading factor dikatakan valid apabila bernilai minimal 0,7 atau lebih (Hair et al., 2017). Artinya, indikator yang memiliki nilai di bawah 0,7 dianggap kurang mewakili variabel yang diukur, sehingga akan dikeluarkan dari model untuk menjaga akurasi hasil analisis.

Pada variabel Karakteristik Individu, nilai loading factor tertinggi ditemukan pada indikator KI11 yang berada dalam dimensi kemampuan, dengan skor sebesar 0,841. Indikator ini mengukur sejauh mana responden merasa mampu memahami dan menguasai pengetahuan atau keterampilan yang berkaitan dengan dunia kerja. Nilai ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemampuan diri menjadi aspek kuat dalam mencerminkan karakteristik individu yang siap menghadapi proses rekrutmen. Sementara itu, pada variabel Konten Edukasi Karier, indikator dengan nilai loading factor tertinggi adalah KE23 dalam dimensi durasi, yaitu 0,795. Ini berarti bahwa lama waktu yang digunakan responden untuk menonton konten edukasi dari akun TikTok @vmuliana merupakan indikator paling mewakili keterlibatan mereka terhadap konten tersebut. Temuan ini sejalan dengan teori Uses and Gratification dari Katz et al. (1973), yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka, dan sadar akan alasan mereka dalam menggunakan media tersebut.

Selain menggunakan loading factor, validitas konvergen juga diuji melalui nilai Average Variance Extracted (AVE). Indikator dinyatakan valid apabila nilai AVE lebih dari 0,5, yang berarti lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh variabel laten yang diukurnya (Hair et al., 2014). Nilai-nilai AVE dari masing-masing variabel dalam penelitian ini ditampilkan secara lengkap pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Syarat	Nilai AVE
Karakteristik Individu	0,5	0,537
Konten Edukasi Karier	0,5	0,517
Kepercayaan Diri	0,5	0,560

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa semua nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap variabel lebih besar dari 0,5. Ini menunjukkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas yang ditetapkan. Menurut Ghazali & Latan (2015), nilai AVE yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu menjelaskan lebih dari setengah variasi pada masing-masing variabel.

Pada tahap analisis outer model discriminant validity, seluruh indikator berhasil memenuhi kriteria yang ditentukan. Proses ini menunjukkan bahwa setiap indikator lebih memadai dalam mengukur variabel laten yang dimaksud, dibandingkan dengan variabel lain. Tabel yang menyajikan hasil analisis discriminant validity yang lebih detail, yang dikenal dengan nama cross loading, dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai cross loading

Kode Indikator	KI	KE	KD
KI11	0.841	0.728	0.716
KI12	0.809	0.721	0.659
KI13	0.746	0.668	0.595
KI21	0.766	0.664	0.621

KI22	0.778	0.630	0.674
KI23	0.539	0.407	0.387
KI31	0.809	0.663	0.667
KI32	0.567	0.497	0.448
KI33	0.815	0.633	0.629
KE11	0.469	0.702	0.574
KE12	0.744	0.692	0.609
KE13	0.731	0.770	0.649
KE21	0.546	0.691	0.556
KE22	0.745	0.735	0.577
KE23	0.714	0.795	0.711
KE31	0.478	0.679	0.575
KE32	0.463	0.664	0.570
KE33	0.538	0.729	0.699
KD11	0.579	0.595	0.707
KD12	0.490	0.620	0.727
KD13	0.672	0.772	0.805
KD21	0.519	0.533	0.698
KD22	0.521	0.549	0.667
KD23	0.778	0.734	0.794
KD31	0.752	0.711	0.807
KD32	0.628	0.590	0.735
KD33	0.656	0.668	0.781
KD41	0.515	0.567	0.678
KD42	0.455	0.581	0.678
KD43	0.477	0.554	0.691

Berdasarkan Tabel 5, terlihat bahwa seluruh nilai cross loading dari masing-masing indikator dalam satu dimensi lebih tinggi dibandingkan dengan nilai cross loading terhadap dimensi lainnya. Artinya, setiap indikator lebih cocok atau lebih kuat dalam mengukur variabel tempatnya berada, dibandingkan dengan variabel lain. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator telah memenuhi syarat discriminant validity, karena mampu membedakan dengan baik antara satu variabel dengan variabel lainnya. Pernyataan ini juga diperkuat oleh Abdillah & Hartono (2015) yang menyebutkan bahwa jika nilai loading suatu indikator paling tinggi pada variabel konstruksinya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain, maka indikator tersebut dapat dinyatakan valid.

Selanjutnya, untuk mengevaluasi construct reliability, dilakukan pemeriksaan terhadap tiga ukuran utama, yaitu Cronbach's Alpha, ρ_a , dan composite reliability dari setiap variabel laten. Berdasarkan kriteria dari Hair et al. (2019), suatu variabel dikatakan reliabel jika ketiga nilai tersebut melebihi angka 0,7. Nilai-nilai Cronbach's Alpha, ρ_a , dan composite reliability dari penelitian ini disajikan secara lengkap pada Tabel 6.

Tabel 6. Nilai *cronbach's alpha*, ρ_a dan *composite reliability*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	ρ_a	<i>Composite Reliability</i>
Karakteristik Individu	0.899	0.912	0.918

Konten Edukasi	0.882	0.886	0.906
Kepercayaan Diri	0.921	0.927	0.933

Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha, rho_a, dan composite reliability untuk semua variabel laten menunjukkan angka di atas 0,7. Ini berarti bahwa seluruh variabel telah memenuhi standar reliabilitas dan dapat dikatakan memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur masing-masing konstruk. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ghazali (2018) yang menyatakan bahwa Cronbach's Alpha dapat diterima jika $> 0,6$. Semakin mendekati angka 1, maka reliabilitas atau konsistensi internal suatu instrument juga semakin tinggi.

Analisis selanjutnya yaitu evaluasi model struktural (Inner Model) untuk melihat kekuatan hubungan antar variabel laten dalam penelitian. Beberapa indikator yang digunakan untuk menilai kualitas inner model adalah nilai R-Square dan t-statistic dari koefisien jalur yang terbentuk. Menurut Hair et al. (2017), nilai R-Square berada dalam rentang 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan variabel dependen dengan tingkat akurasi yang lebih baik. Dengan kata lain, nilai R-Square yang tinggi mencerminkan model yang lebih akurat dan prediktif dalam menggambarkan hubungan antar variabel. Rincian hasil nilai R-Square dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Kepercayaan Diri	0,765

Berdasarkan Tabel 7, nilai R-Square untuk variabel laten Kepercayaan Diri sebesar 0,765. Artinya, sebesar 76,5% variasi dalam kepercayaan diri responden dapat dijelaskan oleh dua variabel utama dalam penelitian ini, yaitu Karakteristik Individu dan Konten Edukasi Karier. Sementara itu, sisanya sebesar 23,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model. Nilai ini termasuk dalam kategori kuat, yang menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang kuat dalam memprediksi variabel kepercayaan diri. Hal ini sejalan dengan pendapat (Hair et al., 2014), yang menyatakan bahwa nilai R-Square di atas 0,75 mengindikasikan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tergolong kuat.

Setelah mengetahui nilai R-Square, pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping untuk memperoleh nilai path coefficient. Teknik ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini, digunakan tingkat signifikansi 5% dengan batas nilai t-tabel sebesar 1,96. Suatu hipotesis dapat diterima apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tersebut signifikan secara statistik. Selain itu, nilai original sample dalam output bootstrapping memberikan gambaran apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif. Pendekatan ini mengacu pada pedoman dari Hair et al. (2014), yang menekankan pentingnya melihat kombinasi nilai t dan p dalam menentukan kekuatan pengaruh antar variabel. Hasil dari pengujian ini dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Nilai Path Coefficient

Jalur Path	Original Sampel	T-statistics	P-Value	Hipotesis
KI → KD	0,595	4,705	0,000	Diterima
KE → KD	0,312	2,406	0,016	Diterima

Nilai original sampel dalam analisis menunjukkan arah dan besarnya pengaruh antar variabel. Jika nilainya positif, berarti variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen, sedangkan nilai negatif menunjukkan pengaruh yang sebaliknya. Dalam konteks penelitian ini, semua nilai original sampel bernilai positif. Ini menunjukkan bahwa pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap kepercayaan diri berjalan sesuai dengan arah yang diharapkan, yakni memberikan dampak yang membangun atau meningkatkan.

Hasil pengujian bootstrapping memperlihatkan bahwa variabel karakteristik individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri. Nilai original sampelnya sebesar 0,595 dengan nilai t-statistic sebesar $4,705 > 1,96$ dan p-value sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Artinya, semakin baik karakteristik individu, seperti kemampuan berpikir, kepribadian yang positif, serta pengalaman belajar yang dimiliki, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri fresh graduate dalam menghadapi seleksi kerja. Mereka merasa lebih siap secara mental dan keterampilan karena telah dibekali dengan pengalaman dan pengetahuan yang relevan. Temuan ini memperkuat teori yang disampaikan oleh Karyono & Noor (2020), yang menyatakan bahwa karakteristik individu memiliki pengaruh terhadap kesiapan dan kepercayaan diri seseorang dalam menghadapi situasi profesional.

Selanjutnya, hasil uji terhadap variabel konten edukasi karier di TikTok @vmuliana juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri, dengan nilai original sample sebesar 0,312, t-statistic sebesar 2,406, dan p-value sebesar 0,016. Maka, hipotesis kedua (H2) pun dinyatakan diterima. Ini berarti bahwa konten-konten edukatif yang disampaikan melalui akun TikTok @vmuliana dinilai mampu memberikan pemahaman yang bermanfaat dan mendorong peningkatan rasa percaya diri fresh graduate. Konten tersebut dianggap jelas, relevan dengan kebutuhan dunia kerja, dan mudah dipahami oleh audiens. Setelah menyimak konten tersebut, responden merasa lebih siap dalam proses rekrutmen, mulai dari menyusun CV, mengikuti wawancara, serta memahami dinamika dan ekspektasi dari perusahaan. Hasil ini selaras dengan penelitian Prakoso et al. (2023), yang menyatakan bahwa frekuensi menonton, durasi menonton, serta tingkat perhatian terhadap konten edukasi dapat berpengaruh pada kesiapan mental dan kepercayaan diri individu dalam menghadapi dunia kerja.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik karakteristik individu maupun konten edukasi karier pada TikTok @vmuliana memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan diri fresh graduate dalam menghadapi proses rekrutmen. Dimensi kemampuan memecahkan masalah merupakan aspek kepercayaan diri yang paling tinggi nilainya, mengindikasikan bahwa konten edukatif yang dikemas secara praktis dan aplikatif dapat membantu lulusan baru merasa lebih siap dan percaya diri ketika menghadapi tantangan seleksi kerja.

Temuan ini selaras memperkuat Social Learning Theory dari Bandura (1997) yang menyatakan bahwa individu dapat belajar melalui observasi dan pemodelan dari lingkungan sosial, termasuk dari konten yang disajikan oleh influencer. Selain itu, hasil ini juga mendukung Teori dari Katz et al. (1973) Uses and Gratifications Theory, di mana pengguna secara aktif memilih media yang sesuai dengan kebutuhan informasi mereka, dalam hal ini konten edukasi karier yang disajikan melalui platform TikTok. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa media sosial, khususnya TikTok, telah berkembang menjadi media pembelajaran nonformal yang efektif untuk mendukung kesiapan kerja fresh graduate. Akun edukatif seperti akun TikTok @vmuliana mampu menjembatani kesenjangan antara pendidikan formal dan tuntutan dunia kerja.

DAFTAR REFERENSI

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial least square (PLS) Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis* (22nd ed.). Penerbit Andi.
- Alam, N. F., Abdul, H. G., & Muis, A. M. (2021). *Analisis Kesiapan Kerja Mahasiswa Tingkat Akhir Di Jurusan Pendidikan Teknik Elektro Fakultas Teknik Universitas Negeri Makassar*. Badan Pusat Statistik. (2024). *Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/11/05/2373/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-91-persen-.html>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W.H. Freeman and Company. <https://www.scribd.com/document/394892404/Albert-Bandura-Self-Efficacy-The-Exercise-of-Control-W-H-Freeman-Co-1997-pdf>
- Ghozali, I. (2014). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program IBM SPSS 22*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris* (1st ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of Market Research* (Issue September). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Karyono, F., & Noor, A. (2020). *Pengaruh Budaya Organisasi, Lingkungan kerja dan Karakteristik Individu, terhadap Kinerja Karyawan PT. Stars Internasional*.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). *Uses and Gratifications*. 37(4), 509–523.
- Prakoso, A. A., Asifa, N. F., Wicaksono, H., & Maulana, A. Y. (2023). Hubungan Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Literasi Digital pada Pengguna TikTok Generasi Z di DKI Jakarta. *Journal of Documentation and Information Science*, 7(2). <https://doi.org/10.33505/jodis.v7i2.217>
- Putri, V. C. (2024). *Pengaruh Konten Edukasi Pada Akun TikTok @Vinamuliana Terhadap Tingkat Profesionalitas Mahasiswa Tingkat Akhir*. 8(6). <https://doi.org/10.31004/basicedu.v8i6.9112>
- We Are Social. (2025). *Digital 2025: The essential guide to the global state of digital*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>