

LAPORAN AKHIR
PENELITIAN MANDIRI



**ANALISA FAKTOR-FAKTOR PERSONAL BRANDING
TERHADAP KESIAPAN KERJA MAHASISWA
STMIK SINAR NUSANTARA SURAKARTA**

Oleh:

Ari Wibowo, S.Si, M.Si (0617077503)
Elistya Rimawati S.Si, M.Si (0608106903)

**SISTEM INFORMASI D3
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA
DAN KOMPUTER SINAR NUSANTARA
SURAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

Analisa Faktor-Faktor Personal Branding terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa STMIK Sinar Nusantara Surakarta

Peneliti/Pelaksana

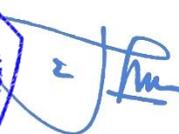
Nama Lengkap : Ari Wibowo, S.Si.,M.Si.
NIDN : 0617077503
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
Program Studi : Sistem Informasi D3
Nomor HP : 081802732174
Alamat surat (e-mail) : ariwibowo@sinus.ac.id
Perguruan Tinggi : STMIK Sinar Nusantara Surakarta

Anggota Peneliti

Nama Lengkap : Elistya Rimawati S.Si, M.Si
NIDN : 0608106903
Program Studi : Sistem Informasi S1
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke-1 dari rencana 1 tahun
Biaya Keseluruhan : Rp. 4.550.000,-

Surakarta, 25 Januari 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi




Sri Harjanto, S.Kom, M.Kom
NIK. 111000081

Ketua Peneliti,



Ari Wibowo, S.Si, M.Si
NIK.111000039

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian




Yustina Retno, S.T, M.Cs
NIP. 197803232005012001

RINGKASAN

Dunia kerja menganggap bahwa lulusan yang high competence adalah mereka yang mempunyai kemampuan teknis, soft skill dan perilaku yang baik. Selain mementingkan aspek kemampuan beradaptasi dan bekerja sama untuk bersaing dalam kompetisi pasar tenaga kerja, konsep personal branding penting sebagai alat untuk memenangi persaingan tersebut. Karakter yang ramah dan selalu percaya diri ditambah dengan kemampuan problem solving telah menjadi personal branding bagi seorang mahasiswa untuk siap menghadapi persaingan di dunia kerja. Selain personal branding di dunia nyata, ternyata personal branding di dunia maya juga tak kalah penting sebagai jejak digital yang terus terekam. Aspek media sosial saat ini cukup menjadi pertimbangan bagi para perekrut SDM baru di setiap perusahaan.

Pengumpulan data penelitian dilakukan secara daring melalui google form dengan menggunakan kuesioner terstruktur. Sebanyak 52 sampel penelitian direkrut dengan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan alat analisis statistik SmartPLS untuk mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan soft skill dan media sosial dari mahasiswa berpengaruh positif signifikan terhadap kesiapan kerja mahasiswa. Sedangkan perilaku sehari-hari dianggap tidak berpengaruh terhadap kesiapan kerja mahasiswa. Nilai $R^2 = 0,471$ menjelaskan bahwa sekitar 47% variansi dari variabel kesiapan kerja mahasiswa disebabkan oleh variabel soft skill dan media sosial mahasiswa yang ada di dalam model.

Kata kunci : soft skill, perilaku, media sosial, kesiapan kerja mahasiswa

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucap puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan membuat laporan akhir **Penelitian Mandiri** tahun Anggaran 2023.

Penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ketua STMIK Sinar Nusantara Surakarta, seluruh Dosen, dan karyawan yang telah banyak membantu kelancaran pelaksanaan kegiatan ini.
2. Ketua Program Studi Sistem Informasi D3 STMIK Sinar Nusantara yang memberi perhatian dan arahan hingga selesainya penelitian ini.
3. Mahasiswa yang sudah membantu kegiatan penelitian ini.

Semoga kegiatan ini dapat bermanfaat bagi STMIK Sinar Nusantara, khususnya pengembangan sumber daya mahasiswanya.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Peneliti

Ari Wibowo, S.Si, M.Si

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Perumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Diskripsi Teori	7
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	112
C. Hipotesis.....	12
BAB III METODELOGI PENELITIAN	14
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	14
B. Metode Penelitian.....	14
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	15
D. Instrumen Penelitian	15

E. Definisi Operasional.....	16
F. Metode Pengumpulan Data	17
G. Pengolahan Data	19
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
A. Hasil	22
B. Pembahasan.....	24
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	34
A. Kesimpulan	34
B. Implikasi.....	34
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN.....	37

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 4.1 Indikator Variabel Penelitian	22
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Reponden.....	22
Tabel 4.3 Tingkat Capaian Jawaban Responden (TCR)	23
Tabel 4.4 Outer Loading	25
Tabel 4.5 Cross Loading	26
Tabel 4.6 Fornell-Larcker Criterion.....	27
Tabel 4.7 Composite Reliability	28
Tabel 4.8 Cronbach Alpha	28
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis.....	29
Gambar 4.1 Perancangan Model Penelitian Sudah Valid	24
Gambar 4.2 Nilai t_{hitung} dari Diagram Jalur.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket/ Kuisisioner

Lampiran 2. Data Hasil Angket/ Kuisisioner

Data Angket Soft Skill

Data Angket Perilaku Sehari-hari

Data Angket Media Sosial

Data Angket Kesiapan Kerja

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia kerja menganggap bahwa lulusan yang high competence adalah mereka yang mempunyai kemampuan teknis dan sikap yang baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa hard skill merupakan faktor penting dalam bekerja, namun keberhasilan seseorang dalam bekerja tidak terlepas dari soft skill yang baik. Tiga komponen utama yang perlu di perhatikan yaitu nilai, ketrampilan, dan perilaku. Nilai-nilai yang ada dalam diri seseorang dan ditampilkan secara konsisten kepada orang lain akan melekat pada pikiran orang lain tentang Anda. Ketrampilan seseorang melakukan sesuatu pekerjaan tertentu, maka akan semakin kuat pula personal brand yang dimilikinya.

Diera digitalisasi saat ini, membangun personal branding merupakan hal terpenting dalam mempromosikan diri. Personal branding merupakan proses pembentukan citra diri dimata orang lain terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang. Promosi diri ini meliputi kepribadian, pencapaian yang telah diraih, bakat dan minat yang dimiliki oleh individu.

Berperilaku dalam membangun personal brand, seseorang harus melakukan berbagai upaya untuk mendukung terbentuknya personal brand, upaya-upaya tersebut harus sejalan dengan personal branding yang ingin dibangun dan berjalan secara konsisten. Ketika Anda berperilaku tertentu sama secara terus menerus, maka seseorang akan mengingat Anda dengan ciri tersebut.

Selain mementingkan aspek kemampuan beradaptasi dan bekerja sama untuk bersaing dalam kompetisi pasar tenaga kerja, konsep personal branding sebagai alat untuk memenangi persaingan tersebut. Melakukan branding pada diri sendiri merupakan suatu hal yang membutuhkan proses. Penting untuk selalu mau belajar dan menikmati prosesnya untuk membentuk personal branding yang kuat.

Kesalahan dalam melakukan personal branding di dunia maya bisa merusak citra diri di dunia nyata. Bagi seorang mahasiswa yang ingin memulai karir, personal branding ini tentu dapat memberikan sejumlah manfaat yaitu, membangun networking, membangun citra diri di dunia digital, membangun interaksi sosial dan sebagainya. Selain itu, seseorang yang memiliki personal branding memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi, memiliki kredibilitas diri dan menjadi pembeda antara individu satu dengan yang lainnya.

Adapun tujuan dari personal branding yaitu menjadi media untuk memberikan pengaruh kepada oranglain, memberikan kesempatan pada oranglain untuk mengenal keunikan yang ada pada diri, menunjukkan pada orang lain terkait keunggulan ataupun potensi-potensi yang dimiliki. Dengan melakukan personal branding yang baik tentu dapat memberikan kesan yang mendalam bagi seseorang. Dengan begitu orang lain akan memberikan penilaian terhadap kualitas diri yang dimiliki.

Penelitian saya sebelumnya Analisa Kemampuan Soft Skill Mahasiswa untuk Kesiapan Terjun di Dunia Kerja Studi Kasus Mahasiswa STMIK Sinar Nusantara Surakarta (2022), menghasilkan variabel kemampuan berkomunikasi

dan variabel kemampuan kerjasama tidak berpengaruh terhadap kesiapan kerja mahasiswa. Muncul keingintahuan faktor-faktor apa saja yang sebenarnya mempengaruhi kesiapan kerja mahasiswa dan seberapa besar faktor-faktor itu sudah dimiliki dan berpengaruh atau tidak terhadap kesiapan kerja mahasiswa.

Dari informasi di atas, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat Pengaruh Kemampuan Personal Branding Mahasiswa terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa STMIK Sinar Nusantara Surakarta. Faktor-faktor Personal Branding yang diteliti yaitu Soft Skill, Perilaku dan Media Sosial. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi yang tepat dan acuan dasar bagi para pemegang kebijakan perguruan tinggi untuk menjalankan tugasnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian statistik kuantitatif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persiapan kerja mahasiswa. Pembuktian statistik dengan model persamaan struktural (SEM) adalah teknik analisis untuk menguji secara simultan hubungan yang dibentuk oleh satu atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen yang tidak terukur. SEM berbasis kovarian digunakan dengan asumsi parametrik bahwa variabel penelitian harus memenuhi asumsi distribusi multivariat normal. Namun variabel penelitian yang tidak memenuhi asumsi normalitas dapat menggunakan Partial Least Squares (PLS). Ada dua jenis model persamaan struktural dalam SEM, yaitu berbasis kovarian (CBSEM) dan SEM berbasis komponen.

Bertitik tolak dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mandiri dengan judul : **“Analisa Faktor-Faktor Personal Branding terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa STMIK Sinar Nusantara Surakarta”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah masalah sebagai berikut :

1. Pendidikan di perguruan tinggi mempengaruhi kualitas sumber daya manusia yang akan dihasilkan.
2. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas lulusan perguruan tinggi diantaranya factor-faktor branding mahasiswa.
3. Perguruan tinggi mempunyai peran dan tanggungjawab untuk mencetak mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa yang siap kerja dan siap terjun mencari solusi permasalahan di masyarakat.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama soft skill, perilaku sehari-hari, dan media sosial yang dimiliki mahasiswa berpengaruh positif terhadap kesiapan kerja mahasiswa di perguruan tinggi?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan positif soft skill mahasiswa terhadap kesiapan kerja mahasiswa di perguruan tinggi?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan positif perilaku sehari-hari mahasiswa terhadap kesiapan kerja mahasiswa di perguruan tinggi?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan positif media sosial yang dimiliki mahasiswa terhadap kesiapan kerja mahasiswa di perguruan tinggi?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara bersama-sama soft skill, perilaku, dan media sosial yang dimiliki mahasiswa berpengaruh positif terhadap kesiapan kerja mahasiswa di perguruan tinggi.
2. Untuk mengetahui pengaruh soft skill mahasiswa terhadap kesiapan kerja mahasiswa di perguruan tinggi.
3. Untuk mengetahui pengaruh perilaku sehari-hari mahasiswa terhadap kesiapan kerja mahasiswa di perguruan tinggi.
4. Untuk mengetahui pengaruh media sosial yang dimiliki mahasiswa terhadap kesiapan kerja mahasiswa di perguruan tinggi.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi dosen dan mahasiswa untuk mengukur soft skill, perilaku, dan media sosial yang dimiliki mahasiswa terhadap kesiapan kerja mahasiswa di perguruan tinggi.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi peneliti selanjutnya dan dapat memberikan masukan bagi peningkatan kualitas pendidikan di perguruan tinggi terkait dengan lulusan yang mempunyai personal branding yang siap masuk di dunia kerja.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dosen dan perguruan tinggi dalam melaksanakan proses belajar mengajar yang berorientasi kepada kualitas lulusan yang dihasilkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Diskripsi Teori

Personal Branding berasal dari Bahasa Inggris yaitu personal yang memiliki arti pribadi, dan branding sendiri diambil dari Bahasa Inggris branding yang memiliki arti membentuk brand atau merk. Sehingga Personal Branding dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan seseorang dalam menciptakan sebuah personal brand. Jika definisi tersebut diterapkan pada seseorang atau secara personal, personal brand merupakan sebuah pandangan dan emosi yang dimiliki seseorang pada diri orang tersebut yang mengartikan secara keseluruhan pengalaman dalam hubungan antarpersonal tersebut (McNally & Speak, 2009).

Pada tulisan milik Bambang Priyono ia mengemukakan bahwa personal branding merupakan sumber daya yang dimiliki pada setiap individu yang dapat diolah dan dikembangkan, dan faktor penentu utama dalam keberhasilannya adalah sumber daya itu sendiri. (Priyono, 2014).

Selain teori milik McNally, pada tulisan ini penulis menggunakan teori milik Peter Montoya dalam bukunya yang berjudul “The Brand Called You: Create a Personal Brand That Wins Attention and Grows Your Business”, terdapat tiga kunci utama untuk memenangkan personal branding. Elemen tersebut yang pertama, Clarity, personal branding dibentuk harus dapat memberitahukan siapa diri anda dan apa yang anda lakukan dengan spesifik. Hal tersebut dapat disampaikan melalui foto. Kedua, Specialization, untuk memenangkan personal branding, perlu menjadi berbeda untuk mendapat perhatian dengan memiliki

keunikan. Ketiga, Consistency, setiap orang saling bersaing dalam membangun personal branding.

Untuk mendapat perhatian, hal tersebut dapat diperoleh dengan disertai adanya konsistensi dalam melakukan personal branding (Montoya P, 2009). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Personal Branding merupakan aktivitas seseorang yang ditunjukkan kepada individu lain melalui nilai-nilai atau kemampuan yang dimiliki sebagai sebuah identitas guna untuk meningkatkan nilai jual pada tiap individu.

Jadi personal branding ialah suatu proses membangun persepsi masyarakat atas aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, diantaranya soft skill mahasiswa, perilaku sehari-hari mahasiswa, dan media social yang dimiliki mahasiswa sehingga menghadirkan persepsi positif dari masyarakat yang nantinya dapat digunakan sebagai alat pemasaran.

1. Soft Skill.

Soft skill didefinisikan sebagai atribut serta ciri kepribadian seseorang yang dapat mempengaruhi hubungan interpersonal dalam lingkungan pekerjaan. Soft Skill yang diukur diantaranya Kemampuan komunikasi, Kemampuan kerjasama dan Integritas. Kemampuan komunikasi adalah kemampuan seseorang untuk mengkomunikasikan informasi, perasaan, ide kepada orang lain selama kegiatan atau proses komunikasi itu berlangsung. Menurut Nazayanti dkk (2014), Kemampuan kerjasama adalah kemampuan melakukan sesuatu secara bersama-sama, baik itu belajar atau bekerja, memecahkan suatu masalah bersama untuk tujuan yang sama. Kerjasama

seseorang dilatih untuk menekan individualitas dan mengutamakan kepentingan kelompok. Kerja sama adalah sarana dan tanda, ini terkait dengan kualitas kelompok sebagai tempat berkumpulnya orang-orang dalam suatu organisasi. Integritas adalah seseorang yang mampu membuat keputusan dan tindakan etis. Melalui keputusan dan tindakan moral itu mengungkapkan identitas diri yang dibangunnya untuk menekankan bahwa rasa integritas diwujudkan dan diekspresikan. Integritas adalah keutamaan/kebajikan yang mendorong mereka yang memilikinya untuk bekerja sama menciptakan kehidupan yang lebih baik.

2. Perilaku Sehari-hari

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datang dari luar maupun dari dalam dirinya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan. Perilaku adalah pandangan – pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek. Perilaku juga dapat disebut sebagai tingkah laku seseorang senantiasa didasarkan pada kondisi, yaitu tindakan mengenal atau memikirkan seseorang terlibat langsung dalam situasi memecahkan masalah. Perilaku sehari-hari yang mendukung kesiapan kerja mahasiswa adalah perilaku ramah, percaya diri, konsisten, dan ulet

3. Media Sosial

Media sosial dapat mencerminkan penggunaannya. Hal tersebut tertuang pada buku milik Muhamad Fadhol Tamimy dengan judul “Sharingmu, Personal Brandingmu, Menampilkan Image Diri dan Karakter di Media Sosial” (Tamimy, 2017). Ia menyatakan bahwa seseorang dapat mengetahui karakter pemilik akun media sosial hanya dengan melihat akun media sosial tersebut. Media sosial dapat mencerminkan karakter yang dimiliki oleh pemiliknya. Sehingga tidak jarang jika media sosial digunakan sebagai sarana eksistensi diri atau branding. Hal tersebut yang menjadikan seseorang perlu menampilkan image atau kesan yang baik agar memiliki branding yang positif. Oleh karena itu, cara atau strategi branding pada media sosial perlu dilakukan dengan benar agar mendapat kesan yang diinginkan dari publik.

4. Kesiapan Kerja

Kesiapan kerja didefinisikan sebagai kemampuan untuk menemukan, memperoleh, dan menyesuaikan pekerjaan dengan kebutuhan dan harapan sendiri dengan sedikit atau tanpa bantuan dari luar (Ward & Riddle, 2002). Menurut Stevani dan Yulhendri (2014), pandangan lain dari kesiapan kerja adalah keseluruhan kondisi individu yang menunjukkan keselarasan antara kematangan fisik, mental, pengalaman, serta kemauan dan kemampuan untuk melakukan pekerjaan atau aktivitas yang sedang atau akan dihadapi. Orang yang siap kerja mempunyai kemampuan untuk memperoleh pekerjaan secara mandiri. Kesiapan kerja perlu dimiliki oleh mahasiswa tingkat akhir karena diharapkan sebelum lulus perkuliahan mahasiswa sudah memiliki kompetensi

yang sesuai dengan bidang peminatannya yaitu mampu mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang dimilikinya sebagai bekal menghadapi tantangan pekerjaan yang semakin berkembang dan penuh kompetisi. Dengan kondisi dunia kerja yang seperti sekarang maka diperlukan kesiapan kerja baik *hardskill* maupun *soft skill* yang mumpuni sehingga diharapkan lulusan perguruan tinggi dapat cepat memperoleh pekerjaan yang layak.

Seorang mahasiswa harus merasa yakin bahwa dalam mempersiapkan dunia kerja, dirinya telah siap dan mampu untuk menghadapi setiap tantangan maupun kewajiban yang akan diberikan kepadanya. Menurut Pool dan Sewell (2007) seorang mahasiswa dapat dikatakan siap dalam menghadapi dunia kerja apabila dirinya memiliki 4 aspek berikut: seperti memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk melaksanakan beberapa tugas yang berkembang (*Career Management Skills*), ilmu pengetahuan yang sesuai dengan bidangnya (*Knowledge*), pemahaman akan pengetahuan yang telah dipelajari (*Presentation*), serta atribut kepribadian yang mendorong mahasiswa tersebut untuk memunculkan potensi yang ada di dalam dirinya (*Personal Circumstance*).

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Beberapa kajian penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber penelitian terdahulu yang diperlukan sebagai bahan acuan penelitian guna memperkuat konsep teoritis, antara lain sebagai berikut:

Awallina Yusanda Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana)”. Hasil dari penelitian tersebut adalah pertama, perilaku mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana dalam menggunakan instagram. Kedua, mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana yang sudah melakukan strategi personal branding di Instagram dengan pemilihan busana, mengunggah prestasi, dan menggunakan keterangan foto yang dapat memotivasi dan mahasiswa yang belum menerapkan strategi personal branding.

Anissa Lestari Kadiyono Fakultas Psikologi, Universitas Padjadjaran (2020) dalam artikel jurnal penelitian yang berjudul : “Pelatihan Personal Branding Bagi Persiapan Pengembangan Karir Mahasiswa Tingkat Akhir”. Hasil dari penelitian tersebut adalah Intervensi berupa pelatihan ini dilakukan pada 98 orang mahasiswa dan kemudian ditemukan bahwa terdapat peningkatan pada post test dibanding dengan pre test. Pemberian program pelatihan secara berkala berhasil meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja dari sisi kesiapan psikologis dalam memasuki dunia kerja.

C. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini untuk menguji variabel soft skill, perilaku sehari-hari dan media sosial terhadap kesiapan kerja mahasiswa.

H₁ : Kemampuan soft skill mahasiswa berpengaruh positif terhadap kesiapan kerja mahasiswa.

H₂ : Perilaku sehari-hari mahasiswa berpengaruh positif terhadap kesiapan kerja mahasiswa.

H₃ : Media sosial yang dimiliki mahasiswa mahasiswa berpengaruh positif terhadap kesiapan kerja mahasiswa.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penentuan tempat pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive* sampling (sengaja) yaitu dipilih tempat di STMIK Sinar Nusantara Surakarta. Adapun alasan pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan :

- a. Peneliti melihat ada naik dan turunnya kualitas pendidikan di perguruan tinggi.
- b. Di STMIK Sinar Nusantara Surakarta tersebut memungkinkan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam melakukan penelitian

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dari sejak persiapan hingga pelaporan dilaksanakan bulan September 2023 s/d Januari 2024.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini digolongkan sebagai *field research* yaitu penelitian yang diawali dengan mengumpulkan data yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati secara langsung. Penelitian *field research* adalah bentuk penelitian yang bertujuan mengungkapkan makna yang diberikan oleh anggota masyarakat pada perilakunya dan kenyataan sekitar, (Salmon Priaji Martana, 2006).

Penelitian dilakukan dengan metode survey yaitu metode penelitian yang menggunakan kuisioner sebagai instrument utama untuk mengumpulkan data. Penelitian survey dengan kuisioner ini memerlukan responden dalam jumlah yang cukup agar validitas temuan bisa, dicapai dengan baik. Karena informasi bersifat umum dan cenderung dangkal maka diperlukan responden dalam jumlah yang cukup agar pola yang menggambarkan objek yang diteliti dapat dijelaskan dengan baik.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel penelitian ini adalah mahasiswa STMIK Sinar Nusantara Surakarta yang masih aktif. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan sampel Mahasiswa semester 1 sampai dengan semester 7 yang mengisi angket Google Formulir yaitu sebanyak 51 orang. Karena pembelajaran blended learning (gabungan online dan offline) maka untuk penyebaran angket pun dilakukan dengan menggunakan fasilitas teknologi yang ada dengan menggunakan Google Drive aplikasi Google Formulir.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati secara spesifik. Instrumen ini berupa kuesioner yang didesain dengan skala Likert yang digunakan untuk memerikan data seluruh variabel yang diteliti. sedangkan variabel dalam penelitian ini dapat digolongkan :

1. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya terikat dan dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent variabel*) yang biasanya diberi notasi Y. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kesiapan kerja mahasiswa di perguruan tinggi.

2. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi/menjadi penyebab timbulnya variabel terikat digunakan untuk menentukan hubungan antara fenomena yang sedang diamati, dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) yang dikategorikan sebagai berikut :

- a. X_1 : Kemampuan Soft Skill
- b. X_2 : Perilaku Sehari-hari
- c. X_3 : Media Sosial yang dimiliki mahasiswa

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur, sehingga peneliti dapat mengetahui baik atau buruk pengukuran tersebut (Gozali, 2001).

Adapun definisi operasional variabel penelitian adalah :

1. Soft skill didefinisikan sebagai atribut serta ciri kepribadian seseorang yang dapat mempengaruhi hubungan interpersonal dalam lingkungan pekerjaan. Soft Skill yang diukur diantaranya Kemampuan komunikasi, Kemampuan kerjasama dan Integritas.
2. Perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau

- tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya
3. Media sosial yang dimiliki mahasiswa dapat mencerminkan karakter yang dimiliki oleh pemiliknya. Sehingga tidak jarang jika media sosial digunakan sebagai sarana eksistensi diri atau branding. Hal tersebut yang menjadikan seseorang perlu menampilkan image atau kesan yang baik agar memiliki branding yang positif. Oleh karena itu, cara atau strategi branding pada media sosial perlu dilakukan dengan benar agar mendapat kesan yang diinginkan dari publik
 4. Kesiapan kerja didefinisikan sebagai kemampuan untuk menemukan, memperoleh, dan menyesuaikan pekerjaan dengan kebutuhan dan harapan sendiri dengan sedikit atau tanpa bantuan dari luar. Kesiapan kerja perlu dimiliki oleh mahasiswa tingkat akhir karena diharapkan sebelum lulus perkuliahan mahasiswa sudah memiliki kompetensi yang sesuai dengan bidang peminatannya yaitu mampu mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang dimilikinya sebagai bekal menghadapi tantangan pekerjaan yang semakin berkembang dan penuh kompetisi.

F. Metode Pengumpulan Data

1. Jenis dan sumber data

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari lokasi penelitian dalam hal

ini data diperoleh secara langsung dari responden di STMIK Sinar Nusantara Surakarta.

- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan cara membaca literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Metode Pengumpulan Data.

Untuk kepentingan pengumpulan data penelitian ini, peneliti menggunakan cara :

a. Observasi

Yaitu teknik observasi yang dilakukan berupa pengamatan non partisipatif, maksudnya peneliti tidak terlibat langsung apa yang dilakukan oleh informan, tetapi tugas peneliti melakukan observasi terhadap situasi para dosen dan mahasiswa STMIK Sinar Nusantara Surakarta.

b. Kuisisioner (Angket)

Teknik Pengumpulan data dengan cara mendatangi langsung objek yang diteliti, dengan metode kuisisioner yaitu metode yang dilakukan dengan menyusun daftar pertanyaan mengenai masalah yang akan diteliti dan meminta jawaban secara tertulis kepada responden. Peneliti menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang disusun menjadi kuisisioner yang sifatnya tertutup dalam arti bahwa responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah ada. Penyusunan skala, pengukuran digunakan metode Likert Summated Ratings (LSR), dengan alternatif pilihan 1 sampai dengan 5 jawaban pertanyaan dengan ketentuan sebagai

berikut :

Jawaban SS : Untuk jawaban SS artinya responden sangat setuju, dengan pertanyaan karena sangat sesuai dengan keadaan yang dirasakan oleh responden, dan untuk jawaban ini selanjutnya diberi bobot score 5.

Jawaban S : Untuk jawaban S, artinya pertanyaan dianggap sesuai dengan keadaan oleh responden, selanjutnya jawaban ini diberi bobot score 4.

Jawaban KS : Untuk jawaban kurang setuju, jawaban ini selanjutnya diberi bobot score 3.

Jawaban TS : Untuk jawaban tidak setuju, selanjutnya diberi bobot score 2.

Jawaban STS : Untuk jawaban sangat tidak setuju, selanjutnya diberi bobot score 1.

c. Penelitian Kepustakaan

Suatu penelitian dan pengumpulan data dengan cara membaca literatur dan tulisan ilmiah lainnya yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Metode ini sebagai pelengkap data-data untuk mendukung metode lainnya. Penulis menggunakan buku-buku, literatur, tulisan ilmiah yang berhubungan dengan penelitian.

G. Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan akan dilakukan rekapitulasi hasil. Data dari 4 variabel yang diuraikan dalam pertanyaan kuisisioner selanjutnya ditabulasi dan

dianalisa secara deskriptif. Adapun pengolahan data untuk analisis PLS-SEM dilakukan dengan entri data dalam file excel dan disimpan dengan *ekstensi comma delimited (.csv)*. Tool untuk analisis PLS-SEM adalah SmartPLS, fitur yang digunakan diantaranya *PLS Algorithm* dan *Bootstrapping*.

Analisis data penelitian menggunakan PLS-SEM karena dalam penelitian ini menggunakan indikator untuk mengukur setiap variabel latennya, model pengukuran bersifat struktural, dan bertujuan untuk orientasi prediktif hubungan antar variabel. Tahapan analisis PLS-SEM sebagai berikut :

1. Evaluasi model pengukuran reflektif

Evaluasi model pengukuran reflektif digunakan untuk mengetahui nilai validitas dan realibilitas model yang menghubungkan indikator dengan variabel laten. Evaluasi dilakukan dengan menilai *convergent validity* dan *discriminant validity*.

- a. *Convergent validity* dapat dievaluasi dengan melihat nilai *loading factor*.

Selanjutnya mengukur realibilitas konstruk dengan kriteria dari blok indikator yang mengukur konstruk. Pengukuran lain yang juga digunakan untuk menguji realibilitas adalah dengan melihat output *AVE*.

- b. *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator

dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dalam konstruk. Selanjutnya pemeriksaan *discriminant validity* dengan membandingkan korelasi antara konstruk dengan akar *AVE (Fornell-Lacker Criterion)*.

2. Evaluasi Model Struktural

Evaluasi Model Struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten atau hipotesis dalam sebuah penelitian. Evaluasi model struktural dilakukan dengan mengestimasi path antar variabel dalam model, melihat signifikansi, dan mengevaluasi kekuatan prediksi model.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Kisi-kisi / indikator pada kuesioner untuk ketiga variabel penelitian :

Tabel 4.1
Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Butir
Soft Skill	1. Kemampuan Berkomunikasi	1,2
	2. Kemampuan Kerjasama	3,4
	3. Integritas	5,6
	4. Kemampuan Presentasi	7,8
Perilaku Sehari-hari	1. Ramah	1,2
	2. Percaya Diri	3,4
	3. Konsisten	5,6
	4. Ulet	7,8
Media Sosial	1. Instagram	1,2
	2. Jejaring Kerja	3,4
	3. Keunggulan	5,6
Kesiapan Kerja	1. Pengalaman dan pengetahuan	1,2
	2. Motivasi mencari pekerjaan	3,4
	3. Optimis mendapat pekerjaan	5,6

Statistik Deskriptif menggunakan nilai-nilai statistik dasar untuk menggambarkan hasil data angket hasilnya seperti berikut :

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Reponden

Jenis Kelamin	Responden	
	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	18	35,61
Laki-laki	34	64,39
Jumlah	52	100,00

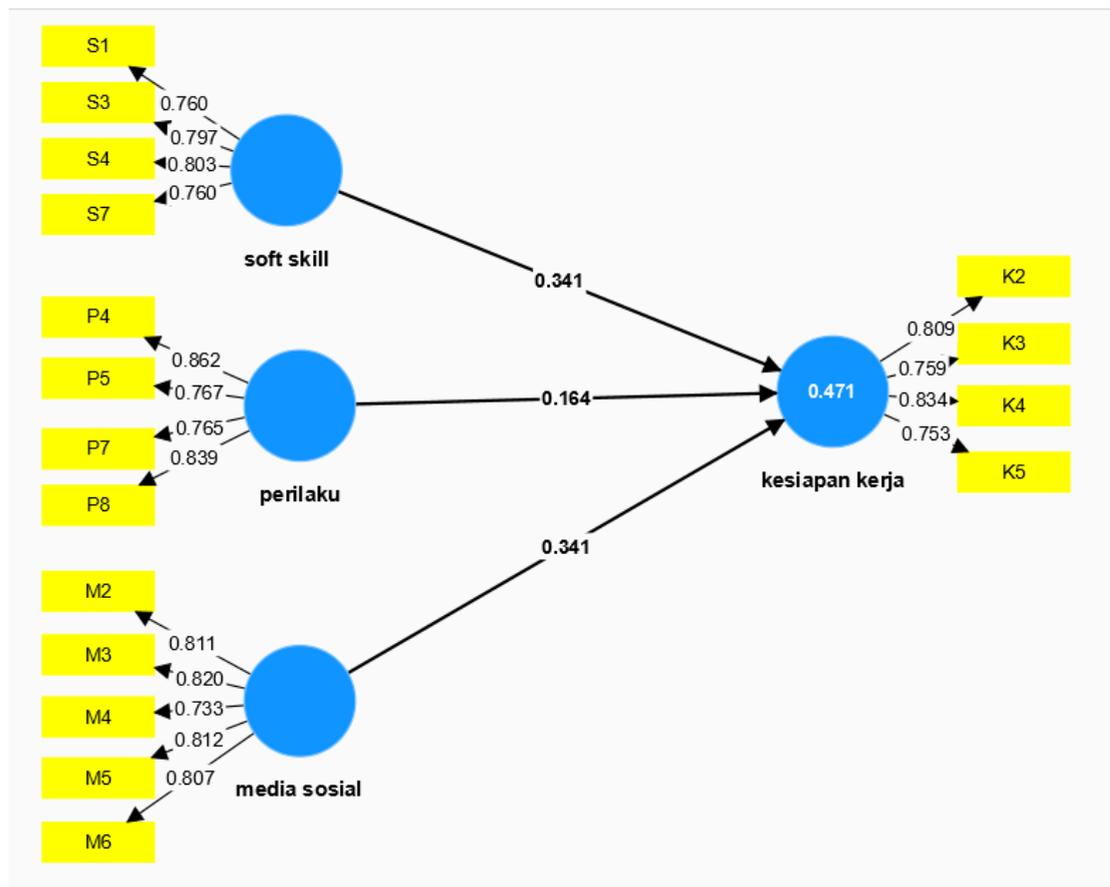
Selanjutnya hasil penilaian tingkat capaian jawaban responden (TCR) terhadap masing-masing variabel penelitian ini juga dapat dijelaskan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Tingkat Capaian Jawaban Responden (TCR)

Variabel Penelitian	Rata-rata Skor	Standar Deviasi
Soft Skill	4,05	0,80
Perilaku Sehari-hari	3,98	0,85
Media Sosial	4,03	0,89
Kesiapan Kerja	3,96	0,89

Nilai rata-rata semua variabel penelitian baik, dengan rata-rata skor 3,96 sampai dengan 4,05 menunjukkan keempat variabel mempunyai skor rata-rata yang hampir sama. Keragaman nilai data angket cukup bervariasi dengan nilai standar deviasi disemua variabel penelitian lebih besar dari sepersepuluh rata-ratanya. Dimana nilai diambil dari skala likert 1 sampai 5. Analisa selanjutnya akan menggunakan SEM-SmartPLS dengan hasil sebagai berikut :

Hasil dan pembahasan menggunakan Inner Model yang awalnya terdiri dari delapan indikator pada variabel X_1 Soft Skill (S), delapan indikator pada variabel X_2 Perilaku Sehari-hari (P), enam variabel pada indikator X_3 Media Sosial (M) dan enam indikator variabel Y Kesiapan Kerja (K). Setelah dilakukan perhitungan dengan Smart PLS ada beberapa indikator yang tidak valid, indikator pada S_2 , S_5 , S_6 , S_8 , P_1 , P_2 , P_3 , P_6 , M_1 , K_1 , dan K_6 tidak valid, karena nilai loadingnya kurang dari 0,7 (Hanlon 2001) sedangkan lainnya valid. Maka peneliti membuang indikator yang tidak valid, sehingga hasilnya seperti ini :



Gambar 4.1
Perancangan Model Penelitian Sudah Valid

Dari gambar di atas, sudah terlihat bahwa semua indikator pada variabel sudah valid dengan nilai loading indikator lebih dari 0,7.

B. PEMBAHASAN

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran terdiri dari tiga tahap yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas komposit.

a) Uji Validitas Konvergen

Yang menggunakan skor indikator dan konstruknya.

Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan terdapat perubahan

pada suatu indikator dalam suatu konstruk apabila indikator lain pada konstruk yang sama berubah.

Tabel 4.4
Outer Loading

	kesiapan kerja	media sosial	perilaku	soft skill
K2	0.809			
K3	0.759			
K4	0.834			
K5	0.753			
M2		0.811		
M3		0.820		
M4		0.733		
M5		0.812		
M6		0.807		
P4			0.862	
P5			0.767	
P7			0.765	
P8			0.839	
S1				0.760
S3				0.797
S4				0.803
S7				0.760

Menurut Barclay dkk. (1995) suatu kolerasi dapat dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai loading minimal 0,707. Output menunjukkan bahwa loading factor memberikan nilai di atas nilai yang disarankan yaitu sebesar 0,707. Sehingga indikator-indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini telah memenuhi validitas konvergen (convergent validity).

b) Uji Validitas Diskriminan

Pada indikator reflektif perlu dilakukan pengujian validitas diskriminan (discriminant validity) dengan membandingkan nilai pada tabel cross loading. Suatu indikator dinyatakan valid jika mempunyai nilai loading factor tertinggi kepada konstruk yang dituju dibandingkan nilai loading factor kepada konstruk lain Barclay dkk (1995).

Tabel 4.5
Cross Loading

	kesiapan kerja	media sosial	perilaku	soft skill
K2	0.809	0.507	0.351	0.425
K3	0.759	0.362	0.486	0.494
K4	0.834	0.460	0.374	0.521
K5	0.753	0.450	0.227	0.437
M2	0.321	0.811	0.213	0.241
M3	0.457	0.820	0.313	0.541
M4	0.441	0.733	0.158	0.320
M5	0.447	0.812	0.294	0.422
M6	0.525	0.807	0.321	0.380
P4	0.454	0.389	0.862	0.387
P5	0.345	0.205	0.767	0.488
P7	0.151	0.071	0.765	0.243
P8	0.399	0.277	0.839	0.515
S1	0.445	0.385	0.526	0.760
S3	0.413	0.185	0.395	0.797
S4	0.563	0.539	0.481	0.803
S7	0.405	0.364	0.218	0.760

Terlihat dari tabel semua angka yang diberi tanda kotak mempunyai nilai paling besar dibandingkan dengan nilai lain pada baris yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa validitas diskriminan di tingkat indikator terpenuhi.

Validitas diskriminan di tingkat peubah diuji dengan cara membandingkan akar nilai AVE dari peubah dengan korelasi peubah lainnya. Validitas diskriminan di tingkat peubah dikatakan memenuhi persyaratan apabila nilai AVE sebuah peubah laten lebih besar dibanding dengan semua nilai korelasi peubah laten tersebut dengan peubah laten lainnya (Fornell dan Larcker 1981).

Tabel 4.6
Fornell-Larcker Criterion

	kesiapan kerja	media sosial	perilaku	soft skill
kesiapan kerja	0.790			
media sosial	0.563	0.797		
perilaku	0.459	0.333	0.809	
soft skill	0.595	0.489	0.530	0.780

Nilai yang ditandai kotak menunjukkan nilai akar AVE nya mempunyai nilai terbesar dibandingkan nilai korelasi terhadap peubah yang lain sehingga Validitas diskriminan di tingkat peubah memenuhi.

c) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menggunakan nilai konsistensi internal atau reliabilitas gabungan (composite reliability). Menurut Hair dkk (2017) menyatakan bahwa nilai antara 0,6-0,7 dinyatakan sebagai nilai realibilitas yang mencukupi untuk riset, sedangkan nilai antara 0,7-0,9 disebut memuaskan.

Tabel 4.7
Composite Reliability

▲	Composite reliability (rho_a)
kesiapan kerja	0.801
media sosial	0.864
perilaku	0.862
soft skill	0.800

Dari Tabel terlihat nilai reliabilitas gabungan untuk semua variabel laten lebih dari 0,7 sehingga memenuhi uji reliabilitas yang memuaskan. Uji realibilitas dengan composite reability tersebut dapat diperkuat dengan menggunakan nilai cronbach alpha. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi cronbach alpha apabila memiliki nilai cronbach alpha minimal 0,70 (George dan Mallery. 2003). Berikut ini adalah nilai cronbach alpha dari masing-masing variabel :

Tabel 4.8
Cronbach Alpha

▲	Cronbach's alpha
kesiapan kerja	0.798
media sosial	0.857
perilaku	0.832
soft skill	0.788

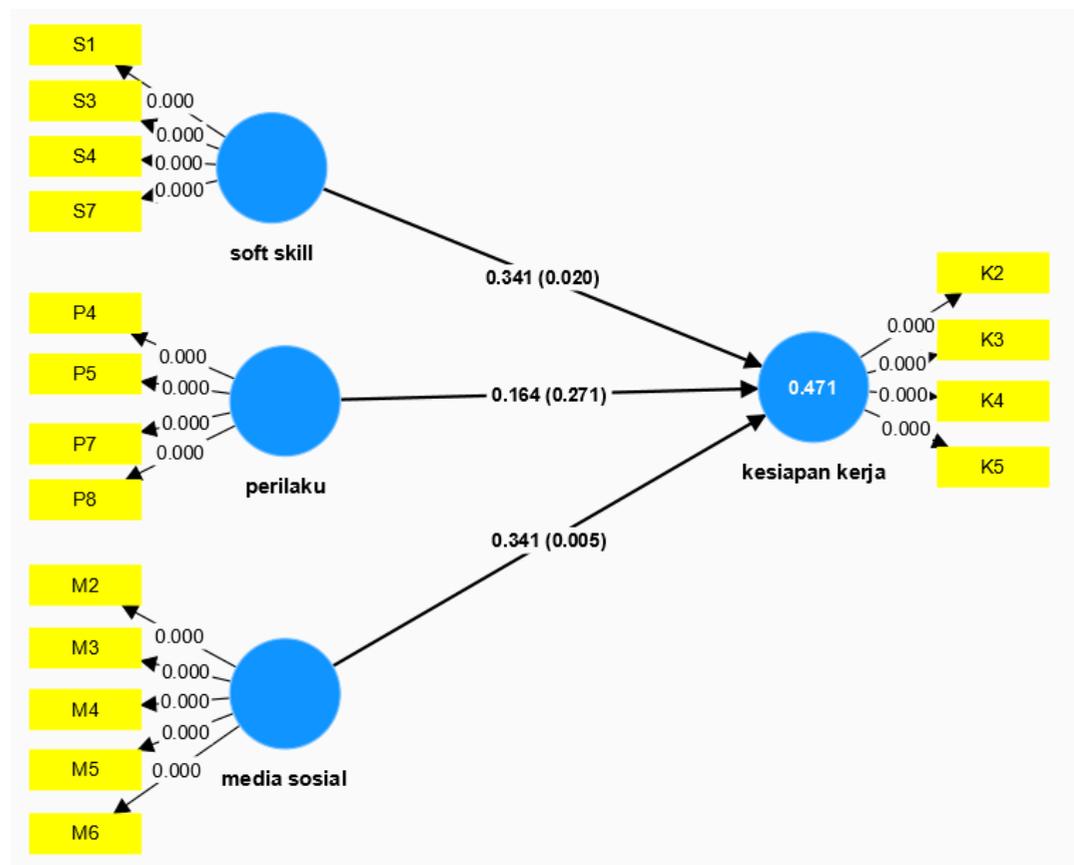
Dilihat dari Tabel 4.8, nilai cronbach alpha dari masing-masing variabel penelitian nilainya lebih dari sama dengan 0,70. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua variabel penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang cukup.

2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Tujuan analisis menggunakan SEM-PLS adalah untuk memaksimalkan explained variance atau nilai R^2 dari semua peubah laten endogen yang dilibatkan dalam diagram jalur. Model Struktural menggunakan ukuran-ukuran penting yaitu koefisien jalur, tingkat signifikan, dan explained variance R^2 (koefisien determinan).

Tabel 4.9
Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
media sosial -> kesiapan kerja	0.341	0.353	0.122	2.801	0.005
perilaku -> kesiapan kerja	0.164	0.188	0.149	1.100	0.271
soft skill -> kesiapan kerja	0.341	0.327	0.147	2.326	0.020



Gambar 4.2
Nilai hitung dari Diagram Jalur

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, diketahui bahwa nilai t tabel untuk tingkat kepercayaan sebesar 95% (α sebesar 5%) dan derajat kebebasan (df) = $n-2 = 52 - 2 = 50$ adalah sebesar 2,01. Pengujian hipotesis untuk tiap-tiap hubungan variabel laten ditunjukkan sebagai berikut :

- 1). Berdasarkan hasil output Tabel 4.9, T_{hitung} untuk variabel soft skill (X_1) terhadap variabel Kesiapan Kerja (Y) sebesar $2,326 > T_{tabel}$ (2,010). Nilai koefisien jalur yang menunjukkan arah hubungan variabel pengaruh soft skill (X_1) terhadap Kesiapan Kerja mahasiswa (Y) sebesar 0,341. Karena nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka menerima H_1 , artinya dalam penelitian ini variabel kemampuan soft skill (X_1) dengan indikator-indikatornya berpengaruh positif terhadap variabel laten Kesiapan Kerja mahasiswa (Y) dengan indikator-indikatornya secara signifikan.
- 2). Berdasarkan hasil output Tabel 4.9, T_{hitung} untuk variabel Perilaku Sehari-hari (X_2) terhadap variabel Kesiapan Kerja (Y) sebesar $1,100 < T_{tabel}$ (2,010). Nilai koefisien jalur yang menunjukkan arah hubungan variabel Perilaku Sehari-hari (X_2) terhadap Kesiapan Kerja mahasiswa (Y) sebesar 0,164. Karena nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka menolak H_2 , artinya dalam penelitian ini variabel laten Perilaku Sehari-hari (X_2) dengan indikator-indikatornya tidak berpengaruh positif terhadap variabel laten Kesiapan Kerja mahasiswa (Y) dengan indikator-indikatornya secara signifikan.
- 3). Berdasarkan hasil output Tabel 4.9, T_{hitung} untuk variabel Media Sosial (X_3) terhadap variabel Kesiapan Kerja (Y) sebesar $2,801 > T_{tabel}$ (2,010).

Nilai koefisien jalur yang menunjukkan arah hubungan variabel Media Sosial (X_3) terhadap Kesiapan Kerja mahasiswa (Y) sebesar 0,341. Karena nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka menerima H_3 , artinya dalam penelitian ini variabel laten Media Sosial yang dimiliki mahasiswa (X_3) dengan indikator-indikatornya berpengaruh positif terhadap variabel laten Kesiapan Kerja mahasiswa (Y) dengan indikator-indikatornya secara signifikan.

Studi ini menghasilkan temuan bahwa variabel soft skill mahasiswa berpengaruh positif terhadap Kesiapan Kerja mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa soft skill yang dimiliki mahasiswa berupa kemampuan berkomunikasi, kemampuan kerjasama, integritas dan kemampuan presentasi akan meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam memasuki dunia kerja. Kemampuan mahasiswa yang dimiliki tersebut akan meningkatkan soft skill mahasiswa secara signifikan sehingga mahasiswa lebih siap dalam mencari pekerjaan setelah lulus nanti. Perubahan kondisi ekonomi industri pada masyarakat sekarang yang menjadi ekonomi industri informasi berdampak pula pada dunia kerja yang menekankan pada kemampuan soft skill (Zehr, 1998). Oleh karena itu soft skill yang dimiliki mahasiswa harus dipertahankan dan ditingkatkan agar menciptakan lulusan mahasiswa yang siap kerja.

Penelitian ini juga mendapatkan hasil bahwa perilaku sehari-hari mahasiswa yang berperilaku ramah, percaya diri, konsisten dan ulet tidak berpengaruh terhadap Kesiapan Kerja. Individu dengan perilaku yang baik sebenarnya akan mampu untuk memahami kekuatan mereka sendiri dan memikirkan apa kekuatan yang ada dalam diri mereka. Individu tersebut juga akan lebih fokus serta mampu berkata tidak saat berada dalam tempat kerja dengan perbedaan yang mereka miliki. Dunia kerja yang

sangat berbeda dengan masa pendidikan, diperlukan akan kemampuan perilaku yang baik demi kenyamanan dan rasa percaya diri saat bekerja.

Variabel media sosial Instagram yang dimiliki mahasiswa bisa digunakan untuk media memperkenalkan diri. Kegiatan, hoby, dan keahlian yang dimiliki mahasiswa bisa ditampilkan di media sosial Instagram, sehingga mahasiswa mempunyai jejak digital yang terekam selamanya dan bisa diakses oleh semua orang di seluruh penjuru dunia. Hal ini memberi peluang mahasiswa tersebut berhubungan dengan banyak orang, khususnya dalam hal jejaring kerja. Mahasiswa yang mempunyai branding, keunikan keahlian tersendiri akan lebih cepat mendapat pekerjaan yang sesuai minatnya. Sesuai penelitian ini menghasilkan faktor media sosial berpengaruh positif terhadap kesiapan kerja mahasiswa.

Dosen juga memberi pencerahan kepada mahasiswa bahwa dunia kerja membutuhkan lulusan yang "*high competence*" yaitu mereka yang memiliki kemampuan dalam aspek teknis/hard skill, soft skill, sikap perilaku dan branding media sosial yang menjadikan lulusan tangguh dan komitmen dalam pekerjaanlah yang akan cepat mendapat pekerjaan. Oleh karena itu setiap lulusan perguruan tinggi harus dibekali dengan pembangunan karakter yang terintegrasi pada proses kegiatan perkuliahan. Sejalan dengan tuntutan dunia kerja akan penguasaan sejumlah kompetensi kerja maka kesiapan kerja lulusan menjadi penting, karena dengan kesiapan kerja yang memadai lulusan dapat menyelesaikan pekerjaan yang dibebankan tanpa mengalami kesulitan atau hambatan yang berarti dengan hasil maksimal.

Nilai koefisien jalur soft skill dan media sosial mahasiswa terhadap Kesiapan Kerja bernilai sama 0,341 artinya hubungan antara keduanya sangat berarti karena

Chin (1998) menyebutkan bahwa nilai koefisien jalur minimal adalah 0,2 dan idealnya lebih besar dari 0,3 untuk menyatakan relasi yang berarti. Nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,471$ bisa dilihat pada gambar 2 menunjukkan pengaruh variabel eksogen (X) mempunyai kekuatan prediktif yang tinggi terhadap variabel endogen (Y), sesuai Cohen (1988) mengatakan R^2 lebih besar atau sama dengan 0,25 menunjukkan pengaruh yang tinggi. Nilai $R^2 = 0,471$ menjelaskan bahwa sekitar 47% variansi dari variabel kesiapan kerja mahasiswa disebabkan oleh variabel soft skill dan media sosial mahasiswa yang ada di dalam model.

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Hasil pengujian variabel soft skill mahasiswa terhadap Kesiapan Kerja menunjukkan bahwa soft skill yang dimiliki mahasiswa memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kesiapan Kerja, artinya semakin bagus soft skill yang dimiliki mahasiswa akan meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam mendapat pekerjaan. Begitu juga variabel media sosial yang dimiliki mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiapan Kerja mahasiswa, media sosial instagram mahasiswa yang berkualitas berisi hal-hal positif mendukung mahasiswa lebih mudah mendapat pekerjaan.

Hasil pengolahan data dengan SmartPLS juga menunjukkan nilai koefisien determinasi 47% menunjukkan masih ada 53% variabel-variabel lain yang mempengaruhi Kesiapan Kerja mahasiswa. Untuk penelitian yang akan datang bisa memasukkan variabel yang lain misalkan kondisi ekonomi, kondisi politik, kreativitas dan inovasi, sebagai faktor yang mempengaruhi Kesiapan Kerja mahasiswa.

B. Implikasi

Kesiapan Kerja mahasiswa STMIK Sinar Nusantara Surakarta banyak dipengaruhi oleh soft skill dan media sosial mahasiswa. Soft skill mahasiswa berupa Kemampuan Berkomunikasi, Kemampuan Kerjasama, Integritas, dan Kemampuan Presentasi yang dikuasai mahasiswa akan meningkatkan kesiapan

mahasiswa dalam memperoleh pekerjaan. Faktor soft skill mahasiswa ini akan dipertahankan dan ditingkatkan diaktifitas akademika STMIK Sinar Nusantara. Sedangkan media sosial yang dimiliki mahasiswa perlu dikembangkan lagi menjadi media sosial yang berkualitas dan juga perlu disosialisasikan ke mahasiswa-mahasiswa lain yang belum memperhatikan pentingnya media sosial sebagai jejak digital untuk mencari pekerjaan.

Sedangkan faktor perilaku positif sehari-hari mahasiswa masih sedikit mempengaruhi kesiapan kerja mahasiswa, sehingga perlu terobosan dan kreativitas dalam proses perkuliahan, supaya faktor tersebut bisa dimiliki mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Christanisa, S. (2021). Analisa Faktor-Faktor dalam Membangun Personal Branding Seorang Influencer. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 11. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>
- Lestari Kadiyono, A., Gunawan, G., Budiarto, A., Andriani, E., Maranatha, K., Psikologi, F., & Jenderal Achmad Yani, U. (2020). Pelatihan Personal Branding Bagi Persiapan Pengembangan Karir Mahasiswa Tingkat Akhir. *International Journal Of Community Service Learning*, 4, 253–273. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v4i4>
- Nabila Ikrima Jeklor Putri, L. F. (2020). Profil Soft Skill dan Hard Skill Mahasiswa Dalam Memasuki Dunia Kerja. *Kapita Selecta Geografi*, 3(1), 22–28.
- Ratuela, Y. R. G., Nelwan, O. S., & Lumintang, G. G. (2022). Pengaruh Hard Skill, Soft Skill dan Efikasi Diri Terhadap Kesiapan Kerja pada Mahasiswa Akhir Jurusan Manajemen FEB Unsrat Manado. *EMBA*, 10(1), 172–183.
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLs* (Giovanny (ed.); 1st ed.). Andi.
- Sartika Dani. (2020). Melihat Attitude and Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral. *Journal of Islamic Guidance and Counseling*, 4.
- Sigit, S. (2015). *Penelitian Pendidikan* (Sugiyanto (ed.); 3rd ed.). UNS Press.
- Sugiyono. (2006). *Statistika untuk Penelitian* (N. Apri (ed.)). Alfa Beta Bandung.
- Wibowo, A., & Nugroho, B. S. (2022). Analisa Pengaruh Penguasaan Iptek, Keahlian Praktik, dan Ketrampilan Interpersonal Mahasiswa Terhadap Kualitas Pendidikan di Perguruan Tinggi. *Edunomika*, 06(02), 1–12.
- Wibowo, A., & Rimawati, E. (2023). Analisa Kemampuan Soft Skill Mahasiswa Untuk Kesiapan Terjun di Dunia Kerja (Studi Kasus Mahasiswa STMIK Sinar Nusantara Surakarta). *Edunomika*, 07(01), 1–12.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>

Lampiran 1 : Angket/ kuisisioner

Di bawah ini link untuk membuka angket

<https://forms.gle/bbXm5aWxNxDJHEKa6>

ANGKET PENELITIAN

Judul Penelitian : **ANALISA FAKTOR-FAKTOR PERSONAL BRANDING TERHADAP KESIAPAN KERJA MAHASISWA STMIK SINAR NUSANTARA SURAKARTA**

Tolong diisi angket ini sesuai kondisi yang sebenarnya.
Pengisian angket tidak ada hubungannya dengan nilai mata kuliah.
Saya ucapkan banyak terima kasih atas partisipasinya.

Nama : (boleh ditulis inisial) *

Teks jawaban singkat

Umur / usia : *

Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin : *

Laki-laki

Perempuan

dan seterusnya...

35	5	4	5	5	5	4	4	4
36	5	5	4	4	5	5	3	3
37	5	5	5	5	5	4	5	3
38	5	4	3	5	5	3	2	3
39	4	4	5	4	5	4	3	3
40	4	4	3	4	4	4	4	3
41	2	4	2	3	3	4	1	2
42	5	5	5	4	4	4	3	4
43	5	5	4	5	5	4	4	3
44	5	4	5	5	5	4	5	4
45	4	3	5	4	4	4	4	4
46	4	4	5	5	5	5	4	3
47	4	4	4	4	4	4	2	3
48	3	4	5	4	4	4	3	3
49	3	4	3	3	3	3	3	3
50	4	5	4	5	5	3	3	3
51	3	4	3	4	4	4	3	4
52	4	4	5	5	5	3	4	3

Data Angket Perilaku Sehari-Hari

No. Resp.	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
1	4	5	5	5	5	5	4	5
2	5	5	4	5	3	2	3	3
3	5	5	5	5	4	4	5	5
4	3	4	4	4	4	3	4	4
5	4	5	4	4	3	2	4	5
6	5	5	3	5	5	5	5	5
7	4	4	3	4	4	3	4	4
8	4	4	4	5	5	5	5	5
9	4	4	5	5	5	5	5	5
10	5	5	4	4	4	3	4	4
11	4	5	4	4	4	3	4	5
12	4	4	4	4	4	3	4	4
13	3	4	4	4	4	3	4	4
14	5	5	3	2	3	3	5	5
15	4	5	5	5	4	3	5	5
16	4	5	5	4	5	5	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	4	3	3	5	5	5	3

19	3	2	4	3	4	5	4	4
20	4	4	4	4	4	5	4	4
21	4	4	4	5	4	4	4	5
22	4	3	4	3	5	3	4	4
23	2	4	3	2	4	4	3	4
24	4	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	4	5	4	4
26	4	4	3	2	3	2	3	3
27	3	3	4	3	3	3	3	4
28	4	3	5	5	5	5	5	5
29	2	4	4	3	4	5	4	4
30	3	3	5	4	5	5	4	5
31	4	3	4	4	4	5	4	4
32	4	4	3	3	4	4	4	4
33	4	4	4	3	4	4	4	4
34	4	5	4	4	4	3	3	4
35	4	5	4	4	4	3	4	5
36	4	4	4	4	4	5	4	4
37	5	5	4	5	5	3	5	5
38	1	3	4	4	4	5	4	5
39	4	4	4	4	5	5	4	4
40	3	3	3	3	3	4	4	4
41	4	3	3	4	3	2	5	3
42	5	4	4	4	4	4	4	4
43	5	4	4	4	4	2	4	5
44	4	5	4	5	5	4	5	5
45	4	4	4	2	3	3	3	3
46	4	5	4	4	5	3	5	5
47	2	4	2	5	5	5	5	5
48	5	5	3	2	3	2	4	4
49	4	3	4	3	3	3	2	2
50	4	5	4	4	3	3	5	5
51	4	4	4	3	3	2	3	2
52	2	5	3	2	4	3	3	2

Data Angket Media Sosial

No. Resp.	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	5	5	5	5	5	4
2	5	4	4	5	5	5

3	5	3	4	4	3	3
4	4	3	4	4	4	4
5	3	3	4	5	3	2
6	5	3	5	5	5	5
7	5	4	4	4	4	4
8	5	3	4	5	4	4
9	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	4
11	5	4	4	5	4	4
12	5	4	4	4	4	3
13	5	3	4	5	3	3
14	5	2	4	4	4	3
15	5	4	5	5	3	4
16	4	3	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4
18	3	1	3	3	1	1
19	4	3	4	4	4	3
20	4	4	4	4	4	4
21	5	3	4	5	4	4
22	5	2	3	5	3	3
23	5	4	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	4	4
26	3	2	3	4	2	3
27	4	2	3	4	3	4
28	5	5	5	5	5	5
29	5	4	4	4	3	3
30	4	3	4	4	4	4
31	4	2	4	4	3	3
32	5	5	5	5	5	5
33	5	5	5	5	2	4
34	3	4	5	5	4	4
35	5	4	4	4	4	3
36	5	3	5	4	3	4
37	5	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5
39	4	3	4	4	4	4
40	5	4	4	5	4	4
41	5	5	4	5	4	4
42	4	3	4	4	3	3
43	5	3	5	4	4	4

44	5	5	5	5	5	4
45	3	3	4	4	4	3
46	4	3	4	4	3	4
47	2	1	2	3	3	4
48	5	3	3	5	4	1
49	5	5	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	3
51	4	3	3	4	4	4
52	5	2	5	5	3	4

Data Angket Kesiapan Kerja

No. Resp.	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	5	5	5	5	5	4
2	4	5	5	4	5	5
3	4	5	5	4	5	5
4	4	4	3	3	3	4
5	4	5	5	5	4	4
6	3	5	5	5	5	5
7	3	4	5	3	4	4
8	4	5	5	5	4	4
9	2	4	4	3	5	5
10	4	5	5	5	5	2
11	4	4	4	4	4	4
12	3	3	4	3	1	3
13	4	4	5	4	4	5
14	3	1	5	4	2	3
15	5	3	5	2	3	4
16	4	4	5	4	3	3
17	4	4	4	4	4	2
18	3	1	3	2	3	4
19	4	4	4	3	3	4
20	4	4	5	5	4	4
21	4	4	5	4	4	4
22	5	4	5	3	4	4
23	5	5	5	5	4	1
24	5	5	5	5	5	1
25	5	4	4	5	4	4
26	4	3	4	3	4	4
27	3	4	4	3	4	4

28	5	5	5	5	5	4
29	3	3	3	4	5	2
30	3	3	4	3	2	3
31	4	4	4	3	3	4
32	4	4	5	5	4	3
33	4	4	5	4	3	3
34	3	4	3	4	3	4
35	4	4	5	3	4	5
36	5	5	5	4	4	4
37	5	5	5	5	5	4
38	4	5	5	4	5	4
39	4	5	4	3	4	4
40	4	4	4	3	4	4
41	3	4	3	2	3	3
42	4	4	4	3	4	4
43	4	5	5	4	4	4
44	5	5	5	5	5	3
45	3	4	3	3	3	4
46	5	5	4	3	3	4
47	4	5	5	5	3	4
48	4	4	3	3	4	3
49	4	4	3	3	4	3
50	4	4	4	3	4	2
51	3	3	3	3	3	4
52	5	5	5	4	5	5