
Pengaruh Konten Media Sosial Tiktok @IPT_Trisakti Terhadap Minat Kerja di Industri Pariwisata

Ageng Pangestu Yulianto, Nurbaeti*, Myrza Rahmanita
Institut Pariwisata Trisakti
*nurbaeti@iptrisakti.ac.id

ABSTRACT

This research is motivated by the increasing use of TikTok as a career-related information platform and the declining employment absorption rate of Trisakti Tourism Institute graduates in the tourism industry. The purpose of this study is to determine the influence of TikTok social media content @ipt_trisakti on students' job interest in the tourism industry. The research applies a quantitative descriptive method with a sample of 226 students from the 2020 cohort, selected using purposive sampling. Data were collected through observation, questionnaires, and literature studies, and analyzed using SPSS. The results show that all questionnaire items are valid and reliable. Respondents' assessments of the TikTok content were categorized as very good (average 4.50), while their job interest in tourism was also high (average 4.43). Regression analysis revealed a moderate relationship, with the independent variable explaining 27.8% of the variance in the dependent variable. Hypothesis testing confirms a significant influence of TikTok content on students' job interest in tourism. The study suggests that the @ipt_trisakti TikTok account managers should continuously improve the quality and appeal of content to further enhance students' interest in pursuing careers in the tourism industry.

Keywords: *TikTok, Social Media Content, job interest, tourism industry*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya tren penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana informasi karir serta menurunnya tingkat serapan kerja lulusan Institut Pariwisata Trisakti di industri pariwisata. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konten media sosial TikTok @ipt_trisakti terhadap minat kerja mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti di industri pariwisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Sampel berjumlah 226 responden mahasiswa angkatan 2020, dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan studi pustaka, lalu dianalisis menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner valid dan reliabel. Rata-rata penilaian terhadap konten TikTok @ipt_trisakti berada pada kategori sangat baik (4,50), dan minat kerja mahasiswa juga tinggi (4,43). Hasil analisis regresi menunjukkan adanya hubungan sedang dengan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 27,8%. Uji hipotesis membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara konten TikTok @ipt_trisakti terhadap minat kerja di industri pariwisata. Penelitian ini menyarankan agar pengelola akun TikTok @ipt_trisakti terus meningkatkan kualitas dan kreativitas konten agar dapat mendorong minat kerja mahasiswa di industri pariwisata secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *TikTok, konten media sosial, minat kerja, industri pariwisata*

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah memberikan dampak besar dalam dunia pendidikan dan karier, salah satunya adalah TikTok yang kini dimanfaatkan sebagai media informasi dan promosi oleh institusi pendidikan tinggi. Institut Pariwisata Trisakti (IPT) menggunakan akun TikTok @ipt_trisakti untuk membagikan konten informatif mengenai dunia pariwisata, kegiatan kampus, serta peluang kerja di industri pariwisata. Di sisi lain, tingkat serapan kerja lulusan IPT dalam industri pariwisata menunjukkan penurunan, sehingga menarik untuk diteliti apakah konten TikTok berpengaruh terhadap minat kerja mahasiswa.

Media sosial memiliki kekuatan dalam memengaruhi opini dan perilaku individu. TikTok, sebagai platform berbasis video singkat, mampu menyampaikan informasi secara menarik dan cepat. Konten yang ditampilkan pada akun TikTok @ipt_trisakti diharapkan dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk bekerja di bidang pariwisata dengan menunjukkan sisi menarik industri tersebut. Hal ini sejalan dengan perubahan perilaku generasi muda yang lebih responsif terhadap visual dan teknologi.

Penelitian terdahulu dari Octavia (2020) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap minat karir mahasiswa. Sementara itu, Sari (2022) menemukan bahwa konten kreatif di TikTok dapat membentuk persepsi positif terhadap profesi tertentu. Penelitian lain oleh Putra (2021) juga menunjukkan bahwa TikTok efektif sebagai media promosi pendidikan dan karier. Ketiga penelitian ini memperkuat dasar teoritis bahwa konten TikTok mampu membentuk minat serta motivasi individu dalam pengambilan keputusan karier.

Namun, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara konten TikTok institusi pendidikan tinggi dengan minat kerja mahasiswa di bidang pariwisata. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan fokus pada akun TikTok @ipt_trisakti sebagai objek studi. Peneliti ingin mengetahui sejauh mana konten yang disajikan mampu memengaruhi mahasiswa dalam memilih karier di industri pariwisata.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola media sosial institusi pendidikan, khususnya dalam menyusun strategi komunikasi digital yang efektif untuk mendorong minat kerja mahasiswa. Selain itu, hasil penelitian juga dapat menjadi rujukan akademik dan praktis dalam mengembangkan media sosial sebagai alat promosi karier yang relevan dan menarik bagi generasi muda.

TINJAUAN PUSTAKA

Industri Pariwisata

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi, yang mencakup berbagai aktivitas seperti transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, serta atraksi wisata. Pariwisata tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi tetapi juga mendorong pelestarian budaya dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Menurut Law dan Bu (2008), perkembangan industri pariwisata erat kaitannya dengan peran teknologi informasi, termasuk dalam strategi pemasaran dan pengelolaan sumber daya manusia.

Penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Hutapea (2019) menyatakan bahwa industri pariwisata membutuhkan tenaga kerja yang kompeten dan memiliki minat tinggi terhadap sektor tersebut. Selain itu, Nurhayati (2021) menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki eksposur terhadap informasi pariwisata secara digital lebih cenderung menunjukkan minat untuk bekerja di industri ini. Oleh karena itu,

pemahaman terhadap industri pariwisata penting sebagai dasar dalam menumbuhkan minat kerja mahasiswa.

Media Sosial

Media sosial telah menjadi alat komunikasi yang dominan di era digital. Kehadirannya memungkinkan individu dan organisasi untuk menyebarkan informasi secara cepat, interaktif, dan luas. Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok dimanfaatkan oleh institusi pendidikan untuk mendekatkan diri dengan generasi muda serta menyampaikan informasi secara menarik dan kontekstual. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh pengguna.

Penelitian dari Putri (2020) menunjukkan bahwa media sosial berperan besar dalam membentuk persepsi dan perilaku mahasiswa terhadap pilihan karier. Sementara itu, studi oleh Firdaus (2021) menemukan bahwa konten informatif dan inspiratif di media sosial dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam bidang tertentu, termasuk pariwisata. Hal ini membuktikan bahwa media sosial memiliki potensi strategis dalam mempengaruhi minat kerja.

TikTok

TikTok adalah platform berbagi video pendek yang sangat populer, terutama di kalangan generasi muda. TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat dan menonton video berdurasi singkat yang dilengkapi dengan musik, efek, dan teks. Daya tarik TikTok terletak pada kemudahannya dalam menyampaikan pesan secara visual dan menghibur. Zhang (2020) menjelaskan bahwa TikTok efektif sebagai sarana komunikasi yang mampu membangun keterlibatan pengguna secara emosional.

Penelitian oleh Arifin (2022) menunjukkan bahwa TikTok dapat digunakan sebagai media edukatif dan promosi karier apabila konten yang disajikan dikemas dengan baik. Sementara itu, Hapsari (2021) menegaskan bahwa akun institusi pendidikan di TikTok yang menampilkan konten relevan dan menarik mampu meningkatkan minat mahasiswa terhadap profesi tertentu. Oleh karena itu, TikTok menjadi media potensial dalam strategi promosi pendidikan dan karier.

Konten

Konten merupakan informasi yang disajikan dalam media tertentu untuk dikonsumsi oleh audiens. Dalam konteks media sosial, konten harus dikemas secara menarik agar mampu mempengaruhi opini dan tindakan audiens. Konten yang baik bersifat informatif, edukatif, dan menghibur. Menurut McQuail (2011), konten memiliki kekuatan untuk membentuk sikap, nilai, dan perilaku seseorang jika dikomunikasikan secara tepat.

Penelitian oleh Dewi (2020) menyebutkan bahwa konten media sosial yang relevan dan konsisten dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan membentuk persepsi positif. Dalam konteks promosi karier, Nurhalimah (2022) menemukan bahwa konten yang menampilkan prospek kerja dan kisah sukses alumni dapat menumbuhkan motivasi mahasiswa untuk bekerja di bidang tersebut. Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan untuk merancang konten yang sesuai dengan kebutuhan audiensnya.

Minat Kerja

Minat kerja adalah kecenderungan seseorang untuk memilih dan menekuni suatu jenis pekerjaan berdasarkan ketertarikan, nilai, dan tujuan hidupnya. Minat ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti bakat dan kepribadian, serta faktor eksternal seperti informasi karier, lingkungan sosial, dan media. Menurut Strong (1943), minat kerja merupakan prediktor awal dari pilihan karier seseorang.

Penelitian oleh Suryani (2020) menunjukkan bahwa paparan informasi pekerjaan melalui media sosial dapat mempengaruhi minat kerja mahasiswa. Selain itu, studi dari Lestari (2021) membuktikan bahwa minat kerja yang tinggi berkorelasi positif dengan keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas yang berkaitan dengan karier. Oleh karena itu, penting bagi institusi untuk menyajikan informasi karier yang menarik dan inspiratif agar dapat memupuk minat kerja mahasiswa secara optimal.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antar variabel berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden melalui instrumen penelitian. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, dengan teknik analisis data statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis secara objektif. Penelitian ini berjudul "*Pengaruh Konten Media Sosial TikTok @ipt_trisakti terhadap Minat Kerja di Industri Pariwisata*", menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan jenis penelitian korelasional untuk mengetahui sejauh mana pengaruh konten media sosial TikTok terhadap minat kerja mahasiswa di industri pariwisata. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti angkatan 2020 yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Peneliti mengukur pengaruh variabel konten media sosial TikTok @ipt_trisakti terhadap minat kerja mahasiswa dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, uji korelasi, uji regresi linear sederhana, uji determinasi, dan uji t. Hasil dari pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai peran konten media sosial dalam membentuk minat kerja mahasiswa terhadap industri pariwisata.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari hingga Mei 2023 di Institut Pariwisata Trisakti, Jakarta. Pemilihan lokasi didasarkan pada relevansi objek penelitian, yaitu akun TikTok resmi @ipt_trisakti yang dikelola oleh kampus tersebut. Seluruh pengumpulan dan pengolahan data dilakukan secara daring dan luring sesuai kebutuhan. Waktu penelitian yang relatif panjang memungkinkan peneliti mengamati perkembangan konten TikTok secara dinamis. Hal ini juga memberi ruang bagi responden untuk memberikan jawaban yang lebih reflektif. Studi serupa oleh Arifin (2022) juga dilakukan dalam rentang waktu yang cukup untuk memperoleh data yang akurat dari platform media sosial.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Institut Pariwisata Trisakti angkatan 2020. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 226 orang. Kriteria sampel meliputi mahasiswa yang aktif menggunakan TikTok dan mengikuti akun @ipt_trisakti. Jumlah sampel ini telah memenuhi syarat minimal dalam penelitian kuantitatif. Teknik purposive sampling

digunakan karena peneliti ingin mendapatkan responden yang sesuai dengan karakteristik penelitian. Metode ini juga digunakan oleh Sari (2022) dalam meneliti pengaruh konten TikTok terhadap minat siswa terhadap jurusan kuliah, dengan hasil yang valid dan relevan.

Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan dua variabel: konten TikTok @ipt_trisakti sebagai variabel independen dan minat kerja di industri pariwisata sebagai variabel dependen. Variabel konten TikTok diukur berdasarkan indikator informatif, edukatif, dan daya tarik visual, sedangkan variabel minat kerja diukur dari aspek ketertarikan, perhatian, dan kesiapan memilih karier. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert 1-5. Pengukuran variabel ini mengacu pada teori McQuail (2011) tentang komunikasi massa dan model minat kerja Strong (1943). Penelitian terdahulu oleh Nurhalimah (2022) juga menggunakan skala serupa dalam mengukur pengaruh media sosial terhadap minat kerja, dan menunjukkan bahwa konten yang menarik dapat meningkatkan ketertarikan mahasiswa terhadap karier tertentu.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner online, dan studi pustaka. Kuesioner terdiri dari pertanyaan tertutup berbasis skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap konten TikTok dan minat kerja. Sebelum disebar, kuesioner diuji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen. Observasi dilakukan terhadap konten TikTok @ipt_trisakti guna memahami karakteristik visual dan tematik konten yang disajikan. Studi pustaka digunakan untuk memperkuat kerangka teori dan mendukung interpretasi hasil. Penelitian sebelumnya oleh Putri (2020) juga menggunakan kombinasi metode ini untuk mengumpulkan data secara komprehensif dalam studi media sosial dan preferensi karier.

Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan aplikasi SPSS dengan uji validitas, reliabilitas, korelasi, dan regresi linier sederhana. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji validitas dan reliabilitas memastikan bahwa instrumen pengukuran memenuhi standar statistik. Hasil regresi menunjukkan adanya hubungan signifikan antara konten TikTok dan minat kerja mahasiswa. Teknik analisis ini juga digunakan oleh Dewi (2020) dalam meneliti pengaruh konten YouTube terhadap minat kerja mahasiswa, yang hasilnya mengonfirmasi efektivitas media sosial sebagai alat penentu orientasi karier.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	108	47.8
Perempuan	118	52.5
Total	226	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih besar dibandingkan laki-laki dengan masing-masing sejumlah 118 atau 52.5% dan 108 atau

47.8%. Sedangkan, karakteristik responden berdasarkan usia ditampilkan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
21 tahun	24	10.6
22 tahun	171	74.7
> 22 tahun	31	13.7
Total	226	100

Sumber: Data diolah

Tabel 2 merupakan tabel tentang karakteristik responden berdasarkan usia. diketahui bahwa dari 226 responden yang di dapat jumlah responden berumur 21 tahun sebanyak 24 orang (10.6%), responden berumur 22 tahun sebanyak 171 orang (75,7%), responden berumur > 22 tahun sebanyak 31 orang (13,7%) dan responden berumur 20 tahun tidak berpartisipasi dalam penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini mayoritas umur yang mengisi kuesioner berusia 22 tahun. Setelah mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia, maka selanjutnya ditampilkan karakteristik responden berdasarkan program studi yaitu:

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah	Persentase (%)
Pariwisata	45	19.9
Perhotelan	168	74.3
Usaha Perjalanan Wisata	10	4.4
GTU	3	1.3
Total	226	100

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa dari 226 responden yang di dapat jumlah responden jurusan pariwisata sebanyak 45 orang (19,9%), responden jurusan perhotelan sebanyak 168 orang (74,3%), responden jurusan usaha perjalanan wisata sebanyak 10 orang (4,4%), dan responden jurusan GTU sebanyak 3 orang dengan presentase (1,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini mayoritas jurusan yang mengisi kuesioner ini dari jurusan Perhotelan. Karakteristik responden berdasarkan pengguna media sosial Tiktok ditampilkan pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Pengguna media sosial Tiktok

Pengguna Tiktok	Jumlah	Persentase (%)
Ya	226	100
Total	226	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa dari 226 responden yang di dapat seluruhnya menjawab “ya” untuk pertanyaan “Apakah anda menggunakan media sosial Tiktok?”. Maka dapat disimpulkan seluruh responden menggunakan media sosial Tiktok.

Tabel 5. Karakteristik Responden berdasarkan melihat konten Tiktok @ipt_trisakti

Melihat konten Tiktok @ipt_trisakti	Jumlah	Persentase (%)
Ya	226	100
Total	226	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa dari 226 responden yang di dapat seluruhnya menjawab “ya” untuk pertanyaan “Pernahkah anda melihat konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti?”. Maka dapat disimpulkan seluruh responden pernah melihat konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel Konten Media Sosial Tiktok (X)

Konten Media Sosial Tiktok		Minat Kerja	
Pernyataan	Nilai Korelasi	Pernyataan	Nilai Korelasi
Konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti mengenai industri pariwisata dapat dipercaya.	0.487	Mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti tertarik untuk mengetahui lebih banyak informasi tentang industri pariwisata	0.568
Konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti mengenai industri pariwisata memasukan fakta.	0.521	Mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti mencari informasi tentang berkarir di industri pariwisata	0.578
Konten media sosial Tiktok dapat dibagikan secara luas.	0.327	Mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti senang dengan industri pariwisata	0.609
Konten media sosial Tiktok mengenai industri pariwisata berupa tips dan saran.	0.506	Mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti menikmati aktivitas yang terkait dengan industri pariwisata.	0.587
Konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti mengenai industri pariwisata memberi manfaat bagi audiens.	0.495	Mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti memiliki keinginan kuat untuk bekerja di industri Pariwisata	0.814
Konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti mengenai industri pariwisata menyenangkan.	0.568	Mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti memiliki motivasi untuk mengembangkan karir di industri pariwisata	0.790
Konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti mengenai industri pariwisata menarik.	0.506	Mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti memiliki kemauan yang kuat untuk bekerja di industri pariwisata	0.843
Konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti mengenai industri pariwisata mudah diingat oleh audiens.	0.540	Mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti memiliki tekad yang kuat untuk bekerja di industri pariwisata	0.795
Konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti mengenai industri pariwisata relevan.	0.573		

Konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti mengenai industri pariwisata dapat memenuhi keinginan audiens.	0.547
Konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti mengenai industri pariwisata unik.	0.612
Konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti mengenai industri pariwisata berbeda dengan industri lain	0.589
Konten media sosial Tiktok @ipt_trisakti mengenai industri pariwisata sesuai dengan citra Institut Pariwisata Trisakti.	0.574

Sumber: Data diolah

Hasil uji validitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada kuesioner variabel konten media sosial TikTok @ipt_trisakti (X) dan minat kerja di industri pariwisata (Y) dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai r hitung dari setiap item yang lebih besar dari r tabel (0,1296), sehingga semua item layak digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini penting untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian, data yang diperoleh dari kuesioner dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut secara akurat dan terpercaya.

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha
Konten Media Sosial Tiktok	0,781
Minat Kerja	0,856

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,6 pada variabel Konten Media Sosial Tiktok dan Minat Kerja. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel Konten Media Sosial Tiktok dan Minat Kerja telah reliable.

Tabel 8. Hasil Uji t

Variabel	Estimasi Parameter	T hitung	p-value
Constant	7.386		
Minat Kerja	0.479	9.287	0.000

Sumber: Data diolah

Hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel konten media sosial TikTok @ipt_trisakti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kerja mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti di industri pariwisata. Nilai t hitung sebesar 9,287 dengan p -value 0,000 (lebih kecil dari 0,05) menunjukkan bahwa hipotesis diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara konten TikTok dengan minat kerja mahasiswa. Estimasi parameter sebesar 0,479 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan konten

TikTok sebesar satu satuan dapat meningkatkan minat kerja mahasiswa sebesar 0,479 satuan. Dengan demikian, konten yang informatif, edukatif, dan menarik pada akun TikTok @ipt_trisakti terbukti berkontribusi dalam mendorong minat mahasiswa untuk bekerja di industri pariwisata.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa konten media sosial TikTok @ipt_trisakti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kerja mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti di industri pariwisata. Nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel konten TikTok sebesar 4,50 menunjukkan kategori sangat baik, sedangkan minat kerja mahasiswa menunjukkan nilai rata-rata 4,43, yang juga termasuk kategori tinggi. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kontribusi konten TikTok terhadap minat kerja mahasiswa sebesar 27,8% dengan hubungan yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik konten yang disajikan, maka semakin tinggi pula minat kerja mahasiswa terhadap industri pariwisata.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pengelola akun TikTok @ipt_trisakti terus meningkatkan kualitas dan kreativitas konten dengan tetap memperhatikan aspek informatif, edukatif, serta daya tarik visual untuk mempertahankan dan meningkatkan minat kerja mahasiswa. Selain itu, penting juga untuk memperluas jangkauan audiens dengan memperhatikan tren dan preferensi mahasiswa terhadap media sosial, agar konten yang dibuat semakin relevan dan efektif dalam mendorong minat kerja di sektor pariwisata. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain seperti brand image atau persepsi terhadap industri pariwisata guna memperluas pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat kerja mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adjie, B. P. (2017). Perencanaan Progam Seni Budaya Sebagai Aktivitas Wisata di Desa Jelengkong Kabupaten Bandung. In Perpustakaan Upi Edu.
- Afandi, Y. (2019). Gereja dan Pengaruh Teknologi Informasi "Digital Ecclesiology." Fidei: Jurnal Teologi Sistemika Dan Praktika, 1(2), 270–283. <https://doi.org/10.34081/270033>
- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten Media Sosial. Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa, 1(2015), 149–160.
- Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid -19. Jurnal Pariwisata, 8(1), 22–31. <https://doi.org/10.31294/par.v8i1.9809>
- Ashari, Y. T., & Lestari, M. T. (2023). Pengaruh Digital Storytelling Konten TikTok 'A Day in My Life at Company' Terhadap Minat Apply Jobseeker Gen Z. EProceedings of Management, 10(6).
- Astuti, M. D., Nelwan, O. S., & Lumintang, G. G. (2023). Pengaruh Minat Kerja, Efikasi Diri Dan Prestasi Belajar Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Di Feb Unsrat Manado. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 11(4), 391–403. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51323>
- Bimo, W. (2004). Bimbingan dan Konseling (Studi dan Karir), Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Cindy, (2024, 27 Februari) Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024. di akses pada 5 Juni, 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>

-
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan. 3(2), 224–242.
- Harsono, D. (2012). Memahami Pendekatan Baru Institusi di Indonesia. *State of The Art of Social Sciene*, 1–11.
- Hartono. (2014). Psikologi Konseling. Kencana.
- Hulu, I. (2023). Analisis Konten Media Sosial Tiktok @rijalsystem Dalam Pembentukan Karakter. 1–128.
- Jannah, S. A. N. (2023). Pengaruh Konten Media Sosial Tiktok# Lifeasefisherians Terhadap Minat Bekerja Di Startup Efishery: Studi Korelasi Pada Pengikut Akun@ Lifeasefisherians. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kemnaker. (2022). Proyeksi Kebutuhan Tenaga Kerja Di Perusahaan Berdasarkan Kompetensi Pada Sektor Pariwisata Pada Tahun 2022 – 2025. *Satudata Kemnaker*, 1–1.
- Khairunnisa, H. (2023). Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Pengetahuan Seputar Karir Kerja Bagi Mahasiswa Hana. 7(3), 401–410. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3> P-ISSN
- Kingsnorth, S. (2016). Digital Marketing Strategy : An integrated approach to online marketing. In Ppm.
- Mahanum, M. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *ALACRITY : Journal of Education*, 1(2), 1–12. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.20>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mashuri, A. (2023). Statistika Parametrik Dasar (Uji Hubungan, Uji Perbedaan, dan Aplikasinya Menggunakan JASP) (Issue January).
- Muhammad. (2018). Korelasi Dan Regresi Linier Sederhana Modul Perkuliahan 6. Universitas Esa Unggul.
- Mustari, A. M. I. (2021). Pengaruh pengalaman magang dan minat kerja terhadap kesiapan kerja (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Nastiti, D. (2021). Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori Dan Aplikasinya. *Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori Dan Aplikasinya*. <https://doi.org/10.21070/2020/978-623-6833-74-2>
- Nuriyanti, W. (2019). Peran Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Kreatif. *Sosio E-Kons*, 11(2), 101–107. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v11i2> Agustus.3102
- Paramita, R. W. D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen (3rd ed.). Widya GamaPress.
- Poerwanto, P., & Shambodo, Y. (2020). Revolusi Industri 4.0: Googelisasi Industri Pariwisata dan Industri Kreatif. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i1.16956>
- Prastowo, S. L., & Manunggal, B. (2022). Manajemen Marketing Jasa Pendidikan Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 45–57.
- Pratiwi, N. P. A., & Indrajaya, I. G. B. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Serta Kesejahteraan Masyarakat Di Provinsi Bali. *Buletin Studi Ekonomi*, 220. <https://doi.org/10.24843/bse.2019.v24.i02.p05>
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
-

-
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putri & Anwar, M. Z. (2023). Pengaruh Pengalaman Magang, Minat Kerja, Soft Skill Dan Motivasi Kerja Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Uin Raden Mas Said Surakarta). Doctoral Dissertation, Uin Raden Mas Said, 17.
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *Koneksi*, 5(2), 280. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10300>
- Rafel, M. (2017). Pengaruh Pengalaman Praktek Kerja Lapangan Terhadap Minat Kerja Mahasiswa IP Trisakti angkatan 2013. 53–54.
- Rahmana, P. N., Putri N, D. A., & Damariswara, R. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z. *Akademika*, 11(02), 401– 410. <https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959>
- Rekadaya. (2017). Minat Mahasiswa PJKR Terhadap Mata Kuliah Olahraga Pilihan Judo (Issue 0). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rifa'i, A. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In Antasari Press (1st ed.). SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Sinaga, D. (2014). Statistik Dasar. In *Jurnal Sains dan Seni ITS* (Vol. 6, Issue 1). UKI PRESS.
- Siyoto, S. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. In Ayup (Ed.), *Literasi Media Publishing* (1st ed., Vol. 11). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Syafriani, D., Darmana, A., Syuhada, F. A., & Sari, D. P. (2023). *Buku Ajar Statistik Uji Beda Untuk Penelitian Pendidikan (Cara Dan Pengolahannya Dengan SPSS)*. Cv.Eureka Media Aksara, 1–50.
- The Global Statistic, (2024, 18 July) *Indonesia Social Media Statistics 2024 | Most Popular Platforms*. Di akses pada 5 Juni, 2024 dari https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/#google_vignette
- Velensia, M. T. (2023). Pengaruh Brand Image dan Konten Instagram Terhadap Proses Keputusan Pembelian Paket Perjalanan Wisata. Institut Pariwisata Trisakti.
- Widjaja, F. N. (2023). Pengaruh Unggahan Konten Media Sosial Instagram dan Motivasi Pengunjung Terhadap Keputusan Kunjungan di Dunia Fantasi. Institut Pariwisata Trisakti.
- Yuniyanti. (2021). Hubungan Pengembangan Diri dan Minat Kerja Dengan Kesiapan Kerja Pada Mahasiswa Politeknik LP31 Jakarta Kampus Depok (Vol. 3, Issue 2).