

Pengaruh Konten Edukasi Karir Vina Muliana dalam Media Sosial TikTok Terhadap Orientasi Karir Generasi Z dengan Perilaku Fomo Sebagai Pemediasi

Estri Nastiti¹⁾, Jati Waskito²⁾

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

b100210269@student.ums.ac.id¹⁾*, jw271@ums.ac.id²⁾

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of career education content from Vina Muliana on the TikTok social media platform on the career orientation of Generation Z, with the Fear of Missing Out (FoMO) behavior serving as a mediating variable. The study employs a quantitative method with purposive sampling and involves 150 Generation Z respondents who are active TikTok users and follow Vina Muliana's account. The results indicate that career education content has a positive and significant impact on FoMO behavior, which in turn influences Generation Z's career orientation. Additionally, FoMO behavior significantly mediates the relationship between career education content and career orientation. This study concludes that TikTok, as a social media platform, plays an important role in shaping the career orientation of Generation Z, and that FoMO behavior can act as a trigger for career exploration.

Keywords: Career education; Fear of Missing Out (FoMO); Generation Z; career orientation, TikTok

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten edukasi karir dari Vina Muliana di platform media sosial TikTok terhadap orientasi karir Generasi Z dengan perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan melibatkan 150 responden Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok dan mengikuti akun Vina Muliana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten edukasi karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku FoMO, yang selanjutnya memengaruhi orientasi karir Generasi Z. Selain itu, perilaku FoMO terbukti memediasi hubungan antara konten edukasi karir dengan orientasi karir secara signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok, sebagai media sosial, memiliki peran penting dalam membentuk orientasi karir Generasi Z, dan perilaku FoMO dapat menjadi pemicu untuk eksplorasi karir.

Kata kunci: *Fear of Missing Out* (FoMO); edukasi kari; Generasi Z; orientasi karir; TikTok

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, keberadaan internet sangat mempengaruhi cara masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Fenomena ini dikenal dengan istilah *Internet of Things*, di mana komunikasi antar masyarakat banyak bergantung pada media sosial dan platform digital (Hung et al., 2023). Hal ini juga didukung oleh data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (2019) yang menunjukkan

bahwa penggunaan media sosial semakin meluas di kalangan masyarakat Indonesia. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi yang mudah diakses, terutama di kalangan generasi muda (Putri, 2024). Salah satu platform media sosial yang sedang populer adalah TikTok, yang menurut laporan We Are Social, Indonesia menempati posisi kedua dengan jumlah pengguna TikTok mencapai 99,1 juta orang. TikTok juga menjadi sarana informasi yang diminati banyak kalangan, khususnya Generasi Z, yang menjadikannya pilihan utama untuk mencari informasi terkait pekerjaan dan karir (Uljanatunnisa, 2023).

TikTok tidak hanya dikenal sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk berbagai bentuk ekspresi diri dan berbagi informasi (Jaiswal, 2024). Di dalamnya, muncul fenomena selebriti mikro, atau yang lebih dikenal dengan konten kreator, yang memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan berbagai macam konten. Salah satu konten yang semakin diminati adalah edukasi karir, yang banyak dibagikan oleh konten kreator seperti Vina Muliana. Dengan lebih dari 9 juta pengikut, Vina Muliana berhasil menyampaikan informasi seputar dunia karir yang bermanfaat bagi para pengikutnya (Febria & Berlintina, 2020). TikTok menyediakan peluang bagi para generasi muda untuk mendapatkan wawasan tentang karir yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik, yang menjadikan platform ini relevan dalam mempersiapkan mereka menuju dunia kerja (Mai Linh et al., 2023).

Namun, seiring dengan popularitas TikTok, muncul juga fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan pengguna, khususnya Generasi Z. FoMO merujuk pada rasa cemas atau takut tertinggal informasi atau tren terkini, baik itu tentang gaya hidup, berita, atau perkembangan karir (Ajeng Nurhasanah & Kiki Zakiah, 2023). Generasi Z, yang tumbuh dalam era digital, lebih rentan terhadap dampak FoMO, yang sering kali mempengaruhi perilaku mereka dalam hal pekerjaan dan kehidupan sosial (Darmayanti et al., 2023). Berbagai konten di TikTok, seperti video tentang pengalaman kerja atau promosi pekerjaan, dapat menumbuhkan rasa cemas bagi para penggunanya yang merasa tertinggal dalam persaingan dunia kerja. Selain itu, adanya ketergantungan teknologi dan internet membuat mereka lebih mudah terpapar pada informasi yang terus berubah, memperkuat perasaan cemas dan keinginan untuk selalu mengikuti tren terbaru (Laifatul Fadilah et al., 2023).

Fenomena ini menciptakan hubungan yang menarik antara penggunaan TikTok, orientasi karir, dan perilaku FoMO di kalangan Generasi Z (Tolani & Sao, 2020). Orientasi karir sendiri adalah proses yang membantu seseorang dalam menentukan pilihan karir berdasarkan berbagai faktor seperti minat, kepribadian, dan peluang kerja (Safitri & Trianita, 2023). TikTok, dengan konten edukasi karir yang ditawarkan, dapat mempengaruhi pandangan Generasi Z tentang orientasi karir mereka. Namun, perasaan cemas akibat FoMO dapat memperburuk persepsi mereka terhadap masa depan karir, sehingga mempengaruhi keputusan dan pilihan karir yang diambil (Agustin & Nurfadillah, 2024). Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana TikTok dapat memengaruhi orientasi karir Generasi Z dengan perilaku FoMO sebagai variabel mediasi.

TINJAUAN LITERATUR

Konten

Di era digital saat ini, konten memainkan peran penting sebagai informasi yang tersedia melalui media elektronik. Konten dapat berupa teks, gambar, video, atau audio yang diunggah di platform *online* seperti media sosial, yang memberikan informasi kepada audiens (Asyikhan et al., 2023). Konten bisa bersifat positif maupun negatif, dan sangat diharapkan agar konten yang dibagikan di media sosial memiliki nilai edukatif. Salah satu jenis konten yang kini populer adalah "*social sharing*" yang memungkinkan pengguna untuk berbagi berbagai jenis media seperti video, gambar, dan audio. TikTok, sebagai platform berbasis video, menyediakan ruang bagi kreator untuk membagikan berbagai jenis konten, termasuk konten edukasi karir (Guk et al., 2024). Salah satu konten kreator yang aktif membagikan informasi seputar karir di TikTok adalah Vina Muliana, yang dengan 9 juta pengikutnya berbagi tips karir dan pengalaman untuk membantu para pengikutnya dalam mengembangkan karir mereka (Rahma Agusti Ningtyas et al., 2023).

Fear Of Missing Out (FOMO)

FOMO, atau rasa takut ketinggalan, adalah fenomena yang umum di kalangan anak muda, terutama mereka yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan cenderung mengikuti tren di media sosial (Wardani Putri & Budi Hapsari, 2024). Mereka yang mengalami FOMO merasa harus mengikuti apa yang sedang tren agar tidak merasa tertinggal, meskipun hal ini dapat menimbulkan perasaan tidak puas dengan kehidupan mereka sendiri (Carolina & Mahestu, 2020). Penelitian oleh Przybylski et al. (2013) menunjukkan bahwa mereka yang terpapar FOMO di media sosial sering merasa tidak puas dengan kehidupan nyata mereka. FOMO dapat berdampak negatif maupun positif tergantung pada jenis konten yang dikonsumsi. Pada platform seperti TikTok, banyak konten yang membagikan kehidupan sehari-hari, yang bisa mempengaruhi penonton untuk meniru gaya hidup orang lain, meningkatkan kecemasan mereka tentang kehidupan pribadi (Maharani et al., 2022).

Media Sosial TikTok

TikTok telah berkembang pesat sejak pertama kali diluncurkan pada 2016, dan menjadi salah satu aplikasi paling populer pada tahun 2018 (Xu et al., 2019). TikTok menyediakan platform bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri melalui video pendek yang dapat dengan mudah tersebar ke seluruh dunia (Uljanatunnisa, 2023). Aplikasi ini sangat mendukung kreativitas dan ekspresi diri, sehingga menarik banyak orang dari berbagai kalangan. TikTok menawarkan berbagai jenis konten, termasuk hiburan, edukasi, dan gaya hidup, yang membuatnya sangat populer, terutama di kalangan Generasi Z. Konten yang ada di TikTok, mulai dari vlog mini hingga tips karir, memberikan pengaruh besar pada audiens yang ingin mengikuti tren atau mendapatkan informasi terkini mengenai berbagai aspek kehidupan, termasuk karir.

Orientasi Karir Generasi Z

Generasi Z, yang lahir pada era digital, memiliki pendekatan berbeda terhadap karir dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Mereka sangat bergantung pada teknologi dan media sosial dalam mencari informasi tentang karir dan motivasi untuk masa depan mereka (Isa, Farid Wajdi, et al., 2023). Orientasi karir Generasi Z sering dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kecemasan mengenai masa depan dan pekerjaan (Mangifera et al., 2024). Mereka memanfaatkan media sosial seperti TikTok untuk mencari inspirasi karir dan informasi terkait, yang dapat membimbing mereka dalam memilih jalur karir yang sesuai dengan minat dan kemampuan mereka. Dengan teknologi yang mudah diakses, Generasi Z memiliki banyak pilihan dan kesempatan untuk mengeksplorasi berbagai peluang karir di masa depan. Hipotesis sebagai berikut :

Pengaruh Konten Edukasi Karir Vina Muliana terhadap Perilaku FOMO

Konten edukasi karir Vina Muliana di TikTok berperan besar dalam mempengaruhi perilaku FOMO pada Generasi Z. TikTok memungkinkan konten untuk menyebar dengan cepat, yang membuat pengguna merasa harus mengikuti informasi terkini, terutama yang berkaitan dengan karir. Video pendek yang berisi informasi karir, seperti peluang kerja dan pengalaman profesional, dapat mendorong rasa takut ketinggalan informasi di kalangan penggunanya, terutama remaja yang masih mencari arah dalam memilih karir (Ngo Mai Linh et al., 2023). Self Determination Theory (SDT) menyatakan bahwa FOMO muncul ketika kebutuhan psikologis seseorang, seperti rasa terhubung dengan orang lain, tidak terpenuhi. Penelitian menunjukkan bahwa FOMO pada Generasi Z Indonesia semakin meningkat seiring banyaknya konten karir yang mengundang rasa ingin tahu dan khawatir ketinggalan informasi (Isa, Mangifera, et al., 2023). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa konten edukasi karir Vina Muliana berpengaruh signifikan terhadap perilaku FOMO. Hipotesis H1, konten edukasi karir Vina Muliana pada media sosial TikTok berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku FOMO.

Pengaruh Sikap FOMO terhadap Orientasi Karir Generasi Z

Sikap FOMO pada pengguna TikTok berhubungan erat dengan orientasi karir Generasi Z. FOMO di media sosial sering kali ditandai dengan keinginan untuk mengikuti tren, berbagi video viral, dan memproduksi konten serupa (Dyan Paramita Darmayanti et al., 2023). Generasi Z yang terpapar konten edukasi karir melalui TikTok cenderung merasa cemas tentang masa depan mereka dan semakin fokus untuk merencanakan karir. Konten mengenai profesi, pengalaman kerja, serta informasi magang di TikTok memberi mereka panduan mengenai karir yang harus dipilih. FOMO yang muncul dari konten-konten ini mempercepat proses pengambilan keputusan terkait orientasi karir bagi Gen Z, yang semakin merasa tertekan untuk tidak tertinggal informasi penting mengenai dunia kerja (Ngo Mai Linh et al., 2023). Dengan demikian, sikap FOMO dapat berpengaruh signifikan terhadap orientasi karir mereka. Hipotesis H2, perilaku FOMO berpengaruh secara signifikan terhadap orientasi karir Gen Z.

Pengaruh Konten Edukasi Karir Vina Muliana terhadap Orientasi Karir Generasi Z

Konten edukasi karir Vina Muliana di TikTok memiliki pengaruh besar terhadap orientasi karir Generasi Z. Dengan 9 juta pengikut pada 2024, Vina Muliana menjadi sosok penting yang memberikan edukasi mengenai karir kepada remaja dan mahasiswa. Konten yang dibagikan Vina, seperti informasi tentang pemilihan jurusan, magang, dan perencanaan karir, membantu Generasi Z mempersiapkan masa depan mereka. Penelitian oleh Rahma Agustina et al. (2023) menunjukkan bahwa konten Vina berpengaruh positif terhadap pengembangan karir remaja. Meskipun demikian, ada juga dampak negatif berupa perilaku imitasi yang mengurangi pemikiran kritis. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konten edukasi karir Vina Muliana memberikan manfaat, perlu adanya keseimbangan dalam cara penerimaan informasi untuk meminimalisir dampak negatif. Oleh karena itu, konten edukasi karir Vina Muliana terbukti berpengaruh terhadap orientasi karir Generasi Z. Hipotesis H3, konten edukasi karir Vina Muliana berpengaruh secara signifikan terhadap orientasi karir Generasi Z.

Perilaku FOMO sebagai Mediator antara Konten Edukasi Karir Vina Muliana dan Orientasi Karir Generasi Z

Perilaku FOMO memediasi hubungan antara konten edukasi karir Vina Muliana dan orientasi karir Generasi Z. FOMO, yang ditandai dengan perasaan takut ketinggalan informasi, dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku seseorang. Pada TikTok, perilaku FOMO muncul ketika pengguna merasa perlu mengikuti tren, termasuk konten yang berhubungan dengan karir. Penelitian Rahma Agustina et al. (2023) menunjukkan bahwa konten Vina Muliana mengarah pada persiapan karir yang lebih baik bagi remaja, dengan meningkatkan rasa takut ketinggalan informasi. Selain itu, perilaku imitasi yang ditimbulkan dari konten ini memengaruhi pilihan karir remaja. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku FOMO berperan sebagai mediator yang menghubungkan pengaruh konten edukasi karir Vina Muliana dengan orientasi karir Generasi Z. Hipotesis H4, perilaku FOMO memediasi pada pengaruh konten edukasi karir Vina Muliana pada media sosial TikTok terhadap orientasi karir Gen-Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alasan efisiensi waktu dan tenaga, mengingat pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online* yang lebih cepat dibandingkan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Gen Z yang merupakan pengikut akun TikTok Vina Muliana, yang berjumlah sekitar 9 juta. Sampel diambil sebanyak 150 responden menggunakan teknik *purposive sampling non-probability*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pengikut Vina Muliana berusia 18-25 tahun. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert, di mana responden memilih salah satu dari lima pilihan yang tersedia, mulai dari "Sangat Setuju" hingga

"Sangat Tidak Setuju." Penelitian ini menguji tiga variabel utama: orientasi karir Gen Z sebagai variabel dependen, konten edukasi karir Vina Muliana sebagai variabel independen, dan perilaku FOMO sebagai variabel mediasi. Analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM (Partial Least Square Structural Equation Modeling) dengan perangkat SmartPLS, yang mencakup uji validitas, reliabilitas, dan multikolinieritas untuk memastikan kualitas model. Selanjutnya, analisis dilakukan pada model struktural untuk menguji hubungan antar variabel dan pengujian hipotesis berdasarkan koefisien jalur dan nilai p-value.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Estimasi

Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Karakteristik Demografis

Karakteristik	Kategori	Jumlah Responden	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	50 responden	33,3%
	Perempuan	100 responden	66,6%
	Total	150 responden	100%
Usia	18-20 tahun	20 responden	13,3%
	21-23 tahun	100 responden	66,7%
	24-30 tahun	30 responden	20%
	Total	150 responden	100%
Pendidikan	SMA	120 responden	80%
	Diploma	13 responden	8,7%
	Sarjana	17 responden	11,3%
	Pascasarjana	-	-
	Total	150 responden	100%
Penggunaan TikTok	Setiap hari	125 responden	83,3%
	Sekali seminggu	13 responden	8,7%
	Jarang	12 responden	8%
	Total	150 responden	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Dari hasil analisis, mayoritas responden adalah perempuan (66,6%), dengan kelompok usia terbanyak berada di rentang 21-23 tahun (66,7%). Mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA (80%), yang menunjukkan bahwa mereka masih berada pada tahap transisi dari pendidikan menuju dunia kerja. Selain itu, hampir seluruh responden (83,3%) menggunakan TikTok setiap hari, yang menunjukkan keterlibatan tinggi terhadap konten yang ada di platform ini, termasuk konten edukasi karir dari Vina Muliana.

Dengan karakteristik tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa audiens yang aktif di TikTok, terutama perempuan muda berusia 21-23 tahun dengan latar

belakang pendidikan SMA, sangat terpapar dan mungkin terpengaruh oleh konten edukasi karir yang relevan untuk pengembangan karir mereka.

Uji Validitas

Tabel 2. Loading factor

Indikator	Perilaku Fomo	Konten	Orientasi Karir
F1	0,766		
F2	0,770		
F3	0,821		
F4	0,858		
K1		0,759	
K2		0,817	
K3		0,809	
K4		0,782	
K5		0,792	
O1			0,768
O2			0,824
O3			0,812
O4			0,805
O5			0,761

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil pengujian loading factor pada setiap indikator: Outer Loading, semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel laten, yaitu Perilaku FOMO, Konten, dan Orientasi Karir, memiliki nilai ≥ 0.7 . Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator valid dalam merepresentasikan konstruk masing-masing. Indikator dengan nilai tertinggi pada setiap variabel laten, seperti F4 (0.858) untuk Perilaku FOMO, K2 (0.817) untuk Konten, dan O2 (0.824) untuk Orientasi Karir, memberikan kontribusi paling kuat terhadap variabelnya. Dengan demikian, model dapat dikatakan memiliki kualitas pengukuran yang baik, dan indikator-indikator tersebut layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 3. Average Variance Extracted

Variabel	AVE
Perilaku Fomo	0,647
Konten	0,627
Orientasi Karir	0,631

Sumber: Data diolah

Seluruh variabel laten dalam model penelitian ini memenuhi kriteria validitas konvergen ($AVE \geq 0.5$). Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki kualitas pengukuran yang baik, dengan indikator-indikator yang mampu merepresentasikan konstruk secara memadai.

Perilaku FOMO (AVE = 0.647): Nilai AVE lebih dari 0.5 menunjukkan bahwa indikator-indikator pada variabel Perilaku FOMO memiliki validitas konvergen yang baik. Sebagian besar varians indikator dapat dijelaskan oleh variabel laten ini. Konten (AVE = 0.627): Dengan nilai AVE di atas ambang batas 0.5, variabel Konten juga memiliki validitas konvergen yang memadai. Ini menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari separuh variabilitas indikatornya. Orientasi Karir (AVE = 0.631): Nilai AVE yang memenuhi kriteria menunjukkan bahwa variabel Orientasi Karir memiliki validitas konvergen yang baik, dengan indikator-indikatornya cukup representatif.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Perilaku Fomo	0,880	0,818
Konten	0,894	0,851
Orientasi Karir	0,895	0,854

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil analisis Composite Reliability dan Cronbach's Alpha, seluruh konstruk dalam model penelitian ini menunjukkan reliabilitas yang sangat baik. Nilai Composite Reliability untuk Perilaku FOMO (0.880), Konten (0.894), dan Orientasi Karir (0.895) semuanya lebih tinggi dari 0.7, yang menandakan konsistensi internal yang kuat antar indikator dalam mengukur variabel laten masing-masing. Selain itu, Cronbach's Alpha untuk ketiga konstruk juga berada di atas ambang batas 0.7, yaitu Perilaku FOMO (0.818), Konten (0.851), dan Orientasi Karir (0.854), yang mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut reliabel dan konsisten.

Uji Path Coefficients

Tabel 5. Hipotesis

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Fomo -> Orientasi Karir	0,409	0,397	0,147	2,783	0,006
Konten -> Fomo	0,695	0,699	0,064	10,861	0,000
Konten -> Orientasi Karir	0,356	0,371	0,124	2,878	0,004
Konten -> Fomo -> Orientasi Karir	0,284	0,275	0,102	2,790	0,005

Sumber: Data diolah

Hasil analisis menunjukkan bahwa perilaku FOMO memiliki pengaruh positif terhadap orientasi karir, dengan koefisien jalur sebesar 0.409, t-statistik 2.783, dan nilai p = 0.006 (p < 0.05), yang menunjukkan hubungan yang signifikan secara statistik. Artinya, FOMO berperan sebagai faktor yang mempengaruhi orientasi karir.

Selain itu, konten edukasi karir memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku FOMO, dengan koefisien jalur sebesar 0.695, t-statistik yang sangat tinggi sebesar 10.861, dan nilai $p = 0.000$ ($p < 0.05$), menunjukkan bahwa hubungan ini sangat signifikan. Konten edukasi karir juga mempengaruhi orientasi karir secara langsung dengan koefisien jalur sebesar 0.356, t-statistik 2.878, dan $p = 0.004$ ($p < 0.05$), yang menegaskan kontribusinya terhadap pembentukan orientasi karir. Selain itu, terdapat pengaruh tidak langsung dari konten terhadap orientasi karir melalui FOMO, dengan koefisien jalur sebesar 0.284, t-statistik 2.790, dan $p = 0.005$ ($p < 0.05$), yang menunjukkan bahwa konten edukasi karir mempengaruhi orientasi karir dengan meningkatkan perilaku FOMO pada generasi Z

Pengaruh Konten Edukasi Karir Vina Muliana di Media Sosial TikTok pada Perilaku FOMO

Hasil analisis menunjukkan bahwa konten edukasi karir di TikTok, seperti yang dibagikan oleh Vina Muliana, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku FOMO (*Fear of Missing Out*) pada pengguna. Konten yang informatif dan menarik mampu meningkatkan rasa ingin tahu, yang pada gilirannya memicu perasaan FOMO. Fenomena ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa konten menarik di TikTok dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dan FOMO di kalangan remaja (Asyikhan et al., 2023). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa FOMO tidak hanya muncul dari ketidakmampuan mengikuti konten edukasi viral, tetapi juga menciptakan tekanan untuk tetap terinformasi dalam konteks pendidikan dan karir (Agustin & Nurfadillah, 2024).

Pengaruh Perilaku FOMO terhadap Orientasi Karir Gen-Z

Perilaku FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi karir Generasi Z. FOMO dapat mendorong individu untuk mengikuti tren karir yang sedang populer, meskipun tidak sesuai dengan minat pribadi. Hal ini sering kali menyebabkan ketidakpuasan dalam karir, karena keputusan yang diambil lebih didorong oleh tekanan sosial daripada minat atau keahlian pribadi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan karir Generasi Z, dengan banyak individu memilih jalur karir berdasarkan tren sosial atau prestise yang ditampilkan oleh lingkungan teman sebaya mereka (Guk et al., 2024). FOMO juga membentuk ekspektasi karir berdasarkan validasi sosial yang diterima melalui interaksi digital (Carolina & Mahestu, 2020).

Pengaruh Konten Edukasi Karir Vina Muliana pada Orientasi Karir Generasi Z

Konten edukasi karir yang dibagikan oleh Vina Muliana di TikTok memberikan pengaruh positif terhadap orientasi karir Generasi Z. Melalui konten yang berkualitas, generasi ini dapat memahami berbagai pilihan karir dan keterampilan yang dibutuhkan. Konten edukasi ini membantu mereka terhubung dengan profesional di bidang yang diminati, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan karir mereka. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa orientasi karir remaja sangat dipengaruhi oleh motivasi dan perencanaan yang dibentuk melalui media sosial, di mana konten edukasi dapat mengarahkan mereka menuju

jalur karir tertentu berdasarkan tren atau kesuksesan yang terlihat di platform tersebut (Maharani et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa konten yang relevan dan konsisten dapat membentuk pandangan Generasi Z tentang karir mereka, serta membantu mereka merancang tujuan jangka panjang yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan mereka (Uljanatunnisa, 2023).

Pengaruh Perilaku FOMO Memediasi Hubungan antara Konten Edukasi Karir Vina Muliana di TikTok dan Orientasi Karir Generasi Z

Perilaku FOMO memediasi hubungan antara konten edukasi karir Vina Muliana di TikTok dan orientasi karir Generasi Z secara positif dan signifikan. Konten edukasi yang menarik dapat meningkatkan FOMO, yang pada gilirannya memengaruhi orientasi karir mereka. FOMO, yang sering kali timbul karena perbandingan sosial dan tekanan untuk mengikuti tren atau informasi terkini, mendorong Generasi Z untuk lebih aktif mencari berbagai pilihan karir yang mereka lihat di media sosial. Penelitian yang relevan juga menunjukkan bahwa FOMO mempengaruhi bagaimana individu menilai pilihan karir mereka berdasarkan tren yang terlihat di media sosial, dan hal ini mendorong mereka untuk lebih terbuka terhadap berbagai opsi karir (Wardani Putri & Budi Hapsari, 2024).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa konten edukasi karir dari Vina Muliana di TikTok memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku FOMO, orientasi karir, serta dapat memediasi hubungan antara kedua variabel tersebut pada Generasi Z. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan, seperti cakupan responden yang terbatas pada pengguna aktif TikTok yang mengonsumsi konten dari satu akun, yaitu Vina Muliana, serta pengukuran yang bergantung pada persepsi subjektif responden. Selain itu, faktor eksternal yang dapat memengaruhi orientasi karir, seperti latar belakang pendidikan atau dukungan keluarga, tidak dianalisis. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian ke platform media sosial lain dan menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh data yang lebih mendalam. Bagi pembuat konten edukasi karir, termasuk Vina Muliana, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas konten dengan informasi yang lebih beragam dan relevan, serta mempertimbangkan strategi interaktif untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D., & Nurfadillah, W. (2024). Fear of Missing Out (FoMO) pada Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Self Injury/Self Harm: Kajian Sistematis. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 14. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2558>
- Ajeng Nurhasanah, & Kiki Zakiah. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Vina Muliana terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal*

Riset Jurnalistik Dan Media Digital, 99–104.
<https://doi.org/10.29313/jrjmd.v3i2.2700>

Asyikhan, A. K., Jelita, R., Nur, D., & Katili, J. K. (2023). ANALISIS PENGARUH TIKTOK TERHADAP KARAKTER (FOMO) PADA GEN Z. *Jurnal Ilmiah Kajian Humaniora*, 7(December), 99–107.

Carolina, M., & Mahestu, G. (2020). Perilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMo Youth Communication Behavior with FoMo Trends. *Jurnal Riset Komunikasi*, 11(1), 69–92.

Darmayanti, D. P., Arifin, I., & Inayah, M. (2023). E M I K JURNAL ILMIAH ILMU-ILMU SOSIAL FoMO: Kecemasan Digital di Kalangan Pengguna TikTok. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 6, 198–215.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-TikTok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per->

Febria, L., & Berlintina, L. (2020). Kredibilitas Selebriti Mikro pada Niat Beli Produk di Media Sosial. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(2), 155–169.

Guk, G., Dwi Indah Cahya, B., Fitriana, D., Regilsa, M., Anggraini, D., Oktaviana, V., Alridho Lubis, M., Ferdiansyah, M., Niki Kusaini, U., Wulandari, L., & Raja Guk Guk, R. (2024). Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 5104–5114. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/10932>

Hung, P., Dao, A., Manajemen, F., Tomas, U., & Ceko, R. (2023). Pengaruh TikTok pada Generasi Muda di Vietnam. *Prosiding Konferensi Eropa Ke-10 Tentang Media Sosial, ECSM*, 310–320.

Isa, M., Farid Wajdi, M., Mangifera, L., Mardalis, A., & Kamarulzaman, N. H. (2023). Value Chain and Stakeholders' Analyses of Batik Tulis Industry in Indonesia. *Journal of Evolutionary Studies in Business*, 8(2), 138–167.
<https://doi.org/10.1344/jesb2023.8.2.38898>

Isa, M., Mangifera, L., Praswati, A. N., Sina, H. K., Wahyudi, A., Suwondo, A., & Kurniawan, W. (2023). Model Penguatan Kelembagaan Usaha Mikro Dan Kecil Untuk Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, 7(1), 108–123. <https://doi.org/10.56945/jkpd.v7i1.221>

Jaiswal, P. (2024). A Comparative Study on Social Media's Positive and Negative Effects on Gen Z. *Journal of Advanced Research in Quality Control & Management*, 09(01), 6–14. <https://doi.org/10.24321/2582.3280.202403>

Laifatul Fadilah, A., Nurmala Sari, A., & Aulia Yanuarti, Z. (2023). Peran TikTok dalam Meningkatkan Soft Skill Mahasiswa untuk Persiapan Masuk ke Dunia Kerja. *Prosiding Seminar Nasional*, 279–289.

- Maharani, P. S., Lubis, H., & Putri, E. T. (2022). Orientasi Masa Depan dan Perencanaan Karir Pada Remaja Content Creator di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(2), 353. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i2.7698>
- Mai Linh, N., Phuong Nam, T., Anh, N. T. Q., & Hoang Long, M. (2023). Impact of Social Networking Application TikTok on Student Career Orientation (A Case Study: Students in 3 Majors at Universities in Hanoi City). *VNU Journal of Science: Policy and Management Studies*, 39(3), 65–79. <https://doi.org/10.25073/2588-1116/vnupam.4448>
- Mangifera, L., Perwithosuci, W., Aisyah, S., & Widawati, M. W. (2024). Does Financial Resource Development Effort Affect the Dynamic Entrepreneurial Capability and Performance of SMEs? *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 19(1), 92–103. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v19i1.24553>
- Putri, F. (2024). PENGARUH SELF EFFICACY TERHADAP ORIENTASI KARIR PADA MAHASISWA ANGKATAN 2020 PROGRAM STUDI BIMBINGAN KONSELING ISLAM UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Safitri, K. A., & Trianita, Y. (2023). Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Pada Akun @Vmuliana). *BroadComm*, 5(2), 59–68. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v5i2.335>
- Tolani, K. C., & Sao, R. (2020). *Influence of Micro-Celebrities on Generation Z. January 2020*, 54–72. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2728-3.ch007>
- Uljanatunnisa. (2023). Analisis Resepsi Konten Pada Akun TikTok @vmuliana Terhadap Kebutuhan Informasi Akan Career Preparation. *Medium*, 11(02), 50–63. [https://doi.org/10.25299/medium.2023.vol11\(02\).13503](https://doi.org/10.25299/medium.2023.vol11(02).13503)
- Wardani Putri, T. A., & Budi Hapsari, M. T. (2024). Hubungan self acceptance dan Fear Of Missing Out (Fomo) Mahasiswa Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok. *Jurnal Consulenza : Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 7(1), 59–73. <https://doi.org/10.56013/jcbkp.v7i1.2624>