

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital selama sepuluh tahun terakhir telah mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam berbagai dimensi kehidupan manusia. Transformasi digital tidak hanya berdampak pada cara berkomunikasi dan berinteraksi sosial, tetapi juga mengubah pola dunia kerja secara menyeluruh. Di era ekonomi digital seperti saat ini, kemajuan teknologi menjadi faktor utama yang menentukan arah pertumbuhan ekonomi dan jenis profesi yang dibutuhkan oleh industri. Mengacu pada laporan Digital 2024 *Global Overview Report* yang dirilis oleh We Are Social dan Meltwater, Indonesia tercatat menempati peringkat ketiga secara global dalam jumlah pengguna internet, yang mencapai lebih dari 221 juta individu. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi dan pekerjaan kini semakin berorientasi pada teknologi digital, di mana kecepatan beradaptasi dan kemampuan menguasai keterampilan digital menjadi kebutuhan yang mendesak.

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok yang tumbuh dalam lingkungan yang penuh dengan teknologi dan konektivitas digital. Mereka dikenal sebagai generasi yang cepat belajar, kreatif, serta memiliki kemampuan adaptasi tinggi terhadap perubahan teknologi. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua individu dari generasi ini mampu memanfaatkan peluang digital secara optimal untuk membangun karier yang berkelanjutan. Menurut UNESCO (2023), sekitar

53% pemuda di kawasan Asia-Pasifik masih berada pada tingkat literasi digital dasar. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar generasi muda belum sepenuhnya menguasai keterampilan digital yang dibutuhkan untuk beradaptasi dengan tuntutan dunia kerja modern yang semakin mengandalkan teknologi. Kondisi ini juga menegaskan adanya kesenjangan kemampuan digital yang perlu diatasi agar generasi muda dapat memanfaatkan peluang karier di era ekonomi digital.

Fenomena serupa juga ditemukan di tingkat lokal, khususnya di Kota Tanjungpinang sebagai pusat pendidikan dan aktivitas ekonomi di Provinsi Kepulauan Riau. Berdasarkan temuan pra-survei yang dilaksanakan oleh peneliti terhadap 32 mahasiswa, generasi Z dari lima perguruan tinggi di Kota Tanjungpinang yakni Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH), STIE Pembangunan, STAIN, STT Indonesia Tanjungpinang, dan STISI POL Raja Haji diperoleh gambaran bahwa meskipun mahasiswa memiliki motivasi karier yang relatif tinggi, motivasi tersebut belum secara nyata mendorong terbentuknya minat berkarier yang jelas dan terarah, khususnya pada bidang ekonomi digital. Hal ini terlihat dari masih adanya keraguan mahasiswa dalam menentukan arah karier serta belum konsistennya langkah nyata yang dilakukan untuk mempersiapkan diri memasuki dunia kerja digital. Selain itu, pra-survei juga menunjukkan bahwa keterampilan digital mahasiswa belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk mendukung pengembangan karier, dan *personal branding* belum menjadi perhatian utama dalam membangun citra diri profesional. Kondisi ini mengindikasikan bahwa minat berkarier mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi karier,

tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan keterampilan digital dan kemampuan membangun *personal branding* yang relevan dengan tuntutan dunia kerja di era ekonomi digital.

Selain melalui data pra-survei, peneliti juga menemukan fenomena langsung di lingkungan kampus beberapa mahasiswa yang sebenarnya memiliki prestasi akademik maupun kemampuan teknis yang baik justru belum membangun *personal branding* secara optimal. Misalnya, ada mahasiswa yang mahir dalam desain grafis, editing, atau aktif mengikuti kompetisi, namun tidak memiliki portofolio digital ataupun profil profesional yang menampilkan kemampuan tersebut. Ada pula mahasiswa yang sebenarnya terbiasa menggunakan teknologi digital dalam kegiatan akademik, namun belum percaya diri menjadikannya sebagai arah karier. Bahkan terdapat mahasiswa yang sangat bersemangat mengejar kesuksesan, tetapi masih bingung menentukan bidang karier yang ingin dituju karena kurang eksplorasi terhadap peluang digital yang tersedia. Fenomena-fenomena ini menunjukkan bahwa masih ada kesenjangan antara potensi yang dimiliki mahasiswa dan cara mereka menampilkan diri di dunia digital. Visualisasi hasil pra survei dapat dilihat pada bagian lampiran. Kondisi ini memperlihatkan adanya fenomena ketidakseimbangan antara semangat mahasiswa dalam mencapai kesuksesan karier dan kemampuan nyata mereka dalam mengelola keterampilan digital serta *personal branding*.

Di satu sisi, generasi muda di Tanjungpinang memiliki motivasi kuat untuk berkembang namun di sisi lain, masih banyak yang belum mampu menyesuaikan diri dengan perubahan digital yang sangat cepat. Akibatnya, potensi besar mereka

belum sepenuhnya terealisasi dalam bentuk kesiapan berkarier di bidang digital. Dalam konteks ini, motivasi karier berperan sebagai dorongan internal yang mendorong mahasiswa untuk berjuang mencapai cita-cita profesional. Mahasiswa dengan motivasi karier tinggi cenderung memiliki keinginan kuat untuk meraih kesuksesan, proaktif mencari peluang, dan terus mengasah kemampuannya yang relevan dengan dunia kerja digital. Tanpa motivasi yang kuat, mahasiswa akan kesulitan menentukan arah karier serta kehilangan semangat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang semakin kompleks.

Selain itu, keterampilan digital menjadi kemampuan esensial yang menentukan sejauh mana seseorang dapat bersaing dalam dunia kerja modern. Mahasiswa yang menguasai keterampilan digital dengan baik lebih percaya diri untuk terlibat dalam berbagai aktivitas berbasis teknologi, seperti *digital marketing*, desain grafis, data analysis, konten kreator, hingga bisnis daring. Keterampilan digital juga memperluas peluang kerja lintas wilayah dan sektor, karena pekerjaan digital kini tidak terbatas pada lokasi tertentu. Kurangnya keterampilan digital membuat mahasiswa sulit memanfaatkan peluang kerja baru yang bermunculan di era ekonomi digital.

Selanjutnya, *personal branding* memiliki peran penting dalam membentuk minat berkarier mahasiswa di era digital. Di tengah maraknya persaingan kerja, citra diri yang positif menjadi salah satu kunci keberhasilan. Mahasiswa yang mampu membangun *personal branding* secara profesional di platform digital seperti LinkedIn, Instagram, atau portofolio online akan lebih mudah dikenal oleh perusahaan, mitra bisnis, maupun publik. Sebaliknya, kurangnya kesadaran dalam

membangun citra diri profesional menyebabkan mahasiswa kehilangan kepercayaan diri serta kesempatan untuk dikenal sebagai individu yang kompeten di bidangnya. Dengan demikian, *personal branding* dapat dikatakan sebagai bentuk “nilai jual diri” yang memperkuat minat seseorang untuk terjun dan berkembang di dunia karier digital. Berdasarkan hasil observasi dan pra-survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang saling mendukung antara motivasi karier, keterampilan digital, dan *personal branding* terhadap minat berkarier di era ekonomi digital. Mahasiswa yang memiliki motivasi karier tinggi akan terdorong untuk terus belajar dan beradaptasi dengan teknologi baru, keterampilan digital yang baik membantu mereka membuka peluang kerja yang lebih luas, dan *personal branding* yang kuat menumbuhkan kepercayaan diri serta daya tarik profesional. Ketiga faktor ini saling berinteraksi membentuk kesiapan serta minat mahasiswa generasi Z dalam menapaki dunia kerja digital.

Selanjutnya berdasarkan temuan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa motivasi karier, keterampilan digital, dan *personal branding* merupakan faktor-faktor yang saling berkontribusi dalam membentuk minat berkarier mahasiswa Generasi Z. Namun demikian, Mayoritas penelitian sebelumnya dilakukan di kota-kota besar, antara lain Jakarta, Yogyakarta, dan Surabaya, di mana akses terhadap teknologi dan sumber daya digital relatif lebih tinggi dibanding wilayah kepulauan. Kondisi tersebut menyebabkan hasil penelitian sebelumnya belum tentu dapat merepresentasikan mahasiswa di daerah berkembang seperti Kota Tanjungpinang yang memiliki latar belakang sosial dan ekonomi yang berbeda-beda. Lebih lanjut, sebagian besar penelitian terdahulu

hanya meneliti hubungan dua variabel secara terpisah, seperti motivasi karier terhadap minat berkarier atau *personal branding* terhadap minat karier. Sementara penelitian yang menggabungkan ketiga faktor tersebut secara simultan dalam satu model empiris masih sangat terbatas, khususnya pada populasi mahasiswa Generasi Z di wilayah kepulauan. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian (*research gap*) yang masih memerlukan pengkajian lebih lanjut agar pemahaman tentang perilaku karier generasi muda di era digital menjadi lebih komprehensif.

Dari identifikasi celah tersebut, penelitian ini menghadirkan beberapa bentuk kebaruan (*novelty*). Pertama, kebaruan empiris, yaitu penelitian ini menguji secara simultan tiga variabel penting motivasi karier, keterampilan digital, dan *personal branding* terhadap minat berkarier, yang sebelumnya belum pernah dikaji bersamaan dalam konteks mahasiswa generasi Z. Kedua, kebaruan teoretis, yaitu penelitian ini memperluas penerapan *Career Construction Theory* dengan memasukan dimensi keterampilan digital dan *personal branding* sebagai bentuk adaptabilitas karier di era ekonomi digital. Ketiga, kebaruan kontekstual, yaitu penelitian ini berfokus pada mahasiswa Generasi Z di Kota Tanjungpinang, sebuah wilayah kepulauan yang memiliki karakteristik sosial dan lingkungan pendidikan yang berbeda dari kota-kota besar, sehingga memberikan perspektif baru mengenai perilaku karier dalam konteks geografis yang berbeda.

Dari sisi praktis, penelitian ini memiliki urgensi tinggi dalam mendukung pengembangan kualitas sumber daya manusia muda di daerah. Dengan memahami bagaimana motivasi karier, keterampilan digital, dan *personal branding* berpengaruh terhadap minat berkarier Generasi Z, Hasil penelitian ini diharapkan

dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perguruan tinggi di Tanjungpinang dalam merumuskan strategi pembinaan karier yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa agar lebih sadar pentingnya membangun kesiapan karier sejak dini, serta bagi pemerintah daerah dalam mengembangkan program pelatihan digital dan penguatan daya saing generasi muda di era transformasi ekonomi.

Adapun alasan pemilihan judul dan lokasi penelitian didasarkan pada pengamatan langsung peneliti terhadap fenomena mahasiswa di Kota Tanjungpinang yang meskipun hidup di era digital, masih terdapat tingkat pemanfaatan teknologi yang belum maksimal untuk mengembangkan karier. Melalui penelitian berjudul **“Pengaruh Motivasi Karier, Keterampilan Digital, dan *Personal Branding* Terhadap Minat Berkariir di Era Ekonomi Digital pada Mahasiswa Generasi Z di Kota Tanjungpinang”**, Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pengembangan potensi mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa yang kompeten, memiliki daya saing, dan siap menghadapi tantangan dunia kerja digital.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka identifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Generasi Z di Kota Tanjungpinang masih menghadapi tantangan dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan ekonomi digital.
2. Keterampilan digital mahasiswa belum sepenuhnya optimal dalam mendukung kesiapan mereka menghadapi dunia kerja modern.

3. Motivasi karier sebagian mahasiswa masih perlu ditingkatkan agar mampu mengembangkan potensi diri di sektor digital.
4. *Personal branding* mahasiswa belum dikelola secara maksimal untuk memperkuat daya saing di era digital.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Apakah motivasi karier berpengaruh terhadap minat berkarier di era ekonomi digital pada mahasiswa Generasi Z di Kota Tanjungpinang?
2. Apakah keterampilan digital berpengaruh terhadap minat berkarier di era ekonomi digital pada mahasiswa Generasi Z di Kota Tanjungpinang?
3. Apakah *personal branding* berpengaruh terhadap minat berkarier di era ekonomi digital pada mahasiswa Generasi Z di Kota Tanjungpinang?

1.4 Pembatasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini berjalan secara terarah dan fokus, pembatasan masalah ditetapkan sebagai berikut:

1. Subjek penelitian adalah mahasiswa Generasi Z yang berdomisili di Kota Tanjungpinang.
2. Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi motivasi karier, keterampilan digital, dan *personal branding*, sedangkan variabel terikatnya adalah minat berkarier di era ekonomi digital.
3. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan penyebaran kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data.

4. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Generasi Z di lima kampus Tanjungpinang yaitu UMRAH, STIE, STISIPOL, STAIN, dan STT.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi karier terhadap minat berkarier di era ekonomi digital pada mahasiswa Generasi Z di Kota Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh keterampilan digital terhadap minat berkarier di era ekonomi digital pada mahasiswa Generasi Z di Kota Tanjungpinang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *personal branding* terhadap minat berkarier di era ekonomi digital pada mahasiswa Generasi Z di Kota Tanjungpinang.

1.6 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi berbagai pihak, baik secara teoretis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana memperluas pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh motivasi karier, keterampilan digital, dan *personal branding* terhadap minat berkarier di era ekonomi digital, serta penerapan teori manajemen sumber daya manusia dalam konteks generasi muda.

2. Bagi Mahasiswa Generasi Z

Memberikan pemahaman tentang pentingnya mengembangkan motivasi karier, keterampilan digital, dan *personal branding* sebagai modal utama menghadapi persaingan karier di masa depan.

3. Bagi Peneliti Lain

Menjadi referensi untuk penelitian sejenis di masa mendatang dengan pengembangan variabel atau wilayah penelitian yang berbeda.

4. Bagi Akademisi dan Dunia Pendidikan

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai perilaku karier generasi muda di era digital serta menjadi dasar bagi lembaga pendidikan dalam merancang kurikulum dan pelatihan yang mendukung kesiapan karier mahasiswa.

1.7 Sistematika Penelitian

Dalam sistematika penulisan memberikan gambaran yg jelas untuk mempermudah bagi para pembaca, maka materi-materi yang tertera skripsi ini dalat dikelompokkan menjadi sub bab sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Metode penelitian menguraikan variabel-variabel penelitian beserta definisi operasional, prosedur pengumpulan data, jenis dan sumber data serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang objek atau ruang lingkup, metode penelitian, operasional variable penelitian, metode pengumpulan data, Teknik pengumpulan data, Teknik penentuan populasi dan sampel, serta metode analisis data yang digantikan.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menguraikan tentang data penelitian, hasil penelitian, serta pembahasan atas hasil penelitian data tersebut.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh uraian dari analisis bab-bab sebelumnya.

