JKIS: Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial
E-ISSN: 2963-0517
P-ISSN: 2963-0525
https://dinastires.org/JKIS dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jkis.v4i4.3971
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 14 Oktober 2026 | **Revised:** 19 Oktober 2026 | **Accepted:** 12 November 2026

Pengaruh Konten Edukasi Karier TikTok @vmuliana terhadap Tingkat Quarter Life Crisis melalui Self-Efficacy pada Generasi Z

Zyaheera Yunizar[1], Chotijah Fanaqi[2], Mohammad Firmansyah Bratadiredja[3]
[1]Fakultas Komunikasi dan Informasi, Universitas Garut, Garut, Indonesia, 24071122088@fkominfo.uniga.ac.id
[2]Fakultas Komunikasi dan Informasi, Universitas Garut, Garut, Indonesia, chotijah@uniga.ac.id
[3]Fakultas Komunikasi dan Informasi, Universitas Garut, Garut, Indonesia, mfirmansyah@uniga.ac.id

Coreponding Author: 24071122088@fkominfo.uniga.ac.id[1]

Abstract: *The transition into adulthood often exposes Generation Z to uncertainty about occupational choices and personal identity. Evidence on how educational videos from an individual TikTok creator relate to quarter life crisis through career self-efficacy remains limited. This research investigates these relationships among students of Universitas Garut who access @vmuliana's career content. An explanatory quantitative survey collected five-point Likert responses from 150 participants selected purposively. Instrument validity and reliability, normality, linear regression, t and F statistics, and determination coefficients were examined. Greater exposure to career-oriented content was associated with stronger career self-efficacy, while content exposure and career self-efficacy each showed a negative relationship with quarter life crisis. Both predictors accounted for 49.8% of its observed variation. A Sobel calculation based on previously reported coefficients yielded an estimated negative indirect effect of approximately -0.195, which still requires checking against the underlying dataset. The findings position educational communication by a specific creator within the Stimulus-Organism-Response perspective on Generation Z's career uncertainty.*

Keyword: *Career Education Content, Career Self-Efficacy, Generation Z, Quarter Life Crisis, TikTok.*

Abstrak: Peralihan menuju masa dewasa sering menempatkan Generasi Z pada situasi yang penuh keraguan mengenai jati diri dan arah karier. Bukti mengenai hubungan konten edukasi dari kreator TikTok tertentu dengan quarter life crisis melalui efikasi diri karier masih terbatas. Penelitian ini mengkaji keterkaitan konten @vmuliana, efikasi diri karier, dan quarter life crisis pada mahasiswa Universitas Garut. Survei eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif melibatkan 150 responden yang dipilih secara purposif menggunakan kuesioner Likert lima tingkat. Pemeriksaan data mencakup validitas, reliabilitas, normalitas, regresi linear, uji t dan F, serta koefisien determinasi. Konten edukasi karier berhubungan positif dengan efikasi diri karier, sedangkan kedua variabel menunjukkan hubungan negatif dengan quarter life crisis. Model gabungan menjelaskan 49,8% keragaman quarter life crisis. Estimasi Sobel berdasarkan koefisien yang dilaporkan menghasilkan pengaruh tidak langsung sekitar -0,195; hasil ini

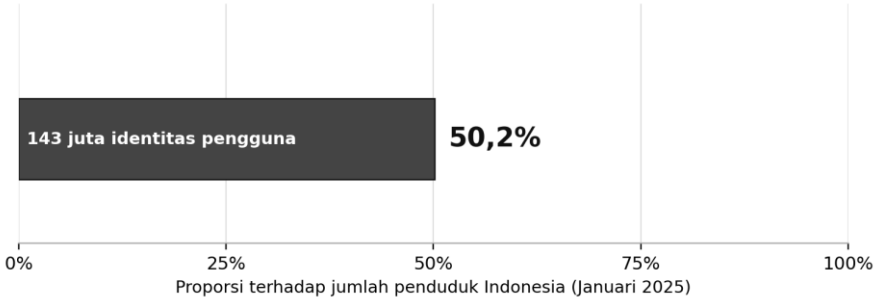
belum dapat dipastikan tanpa pemeriksaan data asli. Kajian ini memberikan konteks khusus bagi penerapan kerangka stimulus-organism-response dalam komunikasi edukasi karier digital dan kondisi psikologis Generasi Z.

Kata Kunci: Efikasi Diri Karier, Generasi Z, Konten Edukasi Karier, *Quarter Life Crisis*, TikTok

PENDAHULUAN

Pada masa transisi menuju kedewasaan, Generasi Z memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi sekaligus membangun pemahaman tentang identitas dirinya. Akses yang semakin mudah terhadap berbagai sumber digital menawarkan kesempatan belajar, meskipun ketidakpastian mengenai pekerjaan dan tujuan hidup masih dapat muncul (Rosyiddin & Afandi, 2023). Karena itu, karakter pesan edukasi serta keadaan psikologis penerimanya penting ditelaah secara bersamaan.

Laporan Digital 2025: Indonesia mencatat sekitar 143 juta identitas akun pengguna media sosial pada Januari 2025, atau setara dengan 50,2% populasi nasional. Jumlah ini merujuk pada identitas akun, bukan pasti 143 juta individu, sebab seorang pengguna mungkin mengelola lebih dari satu akun (DataReportal, 2025). Gambaran persentase tersebut disajikan melalui Gambar 1.



Gambar 1. Proporsi Identitas Pengguna Media Sosial di Indonesia, Januari 2025

Sumber: DataReportal (2025), Digital 2025: Indonesia.

Sebagaimana terlihat pada Gambar 1, jumlah identitas pengguna media sosial yang tercatat setara dengan 50,2% populasi Indonesia. Karena angka tersebut dapat mencakup beberapa akun dari orang yang sama, penggunaannya dibatasi sebagai gambaran konteks digital nasional dan tidak dianggap sebagai taksiran pengguna TikTok di Garut.

Melalui tayangan audiovisual, TikTok memungkinkan kreator menyampaikan pesan dan menjangkau penontonnya (DataReportal, 2025). Komunikasi pada platform digital berkaitan dengan keterlibatan audiens (M. F. Bratadiredja et al., 2025), sedangkan TikTok turut digunakan untuk kegiatan promosi dan distribusi informasi (M. Bratadiredja, 2023). Keterlibatan pengguna pada platform tersebut juga telah menjadi objek kajian komunikasi digital (L. Maharani, 2026).

Angka penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5% menurut laporan nasional (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024); angka agregat tersebut tidak dapat diperlakukan sebagai gambaran spesifik kebiasaan mahasiswa Garut dalam memakai TikTok (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Bagi Generasi Z, elemen visual beserta figur kreator ikut mewarnai pilihan konsumsi media (Adha et al., 2025), sedangkan kesesuaian isi dengan kebutuhan pengguna berkaitan dengan ketertarikan terhadap pesan digital (M. F. Bratadiredja et al., 2025). Di samping fungsi hiburan, media sosial digunakan untuk

menyampaikan edukasi tentang krisis pada masa dewasa awal (Pramudya et al., 2023) serta pengetahuan dalam format video (Fanaqi et al., 2022).

Remaja dapat memperoleh wawasan mengenai alternatif pekerjaan dan persoalan pengembangan karier melalui konten TikTok (Ningtyas & Zafira, 2023). Fungsi pembelajaran tersebut juga tercermin pada pemanfaatan video berdurasi singkat sebagai sarana berbagi informasi dan pengetahuan (Fanaqi, 2021).

Pada fase dewasa awal, krisis seperempat abad kehidupan dapat muncul sebagai ketidakpastian terhadap masa depan yang disertai keraguan akan kemampuan diri (Rosyiddin & Afandi, 2023). Kebingungan menentukan identitas maupun tujuan hidup merupakan pengalaman yang mungkin menyertainya (Adisti, 2025), dengan variasi tingkat krisis pada kelompok Generasi Z yang telah dilaporkan sebelumnya (Febriati et al., 2026). Pendekatan psikodiagnostik turut menyoroti perlunya membaca kondisi ini dalam lingkungan psikososial individu (Ardian et al., 2025).

Hubungan krisis dewasa awal dengan kecenderungan berpindah pekerjaan telah dibahas pada populasi milenial (Qonita & Puspitadewi, 2022) dan Generasi Z (Arifiani, 2025). Pada konteks mahasiswa, tekanan ekspektasi keluarga serta keadaan lingkungan sosial juga berhubungan dengan pengalaman krisis tersebut (Setiagils et al., 2024). Sementara itu, materi yang mendorong refleksi pribadi dibicarakan sebagai salah satu sarana menghadapi ketidakpastian pada usia dua puluhan (Widjaja, 2026).

Sejumlah kajian melaporkan adanya keterkaitan antara pemanfaatan media sosial dan *quarter life crisis* (Kipply et al., 2026). Penelitian mengenai Instagram juga mencatat hubungan antara kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain dan kondisi tersebut (Maharani & Merida, 2025). Selain faktor media, dukungan dari teman sebaya turut dilaporkan berkaitan dengan krisis dewasa awal (Jannah & Ariyanto, 2025). Temuan-temuan itu mengisyaratkan pentingnya membedakan penggunaan media pada umumnya dari konsumsi pesan edukasi karier yang memiliki tujuan khusus.

Melalui akun @vmuliana, TikTok dimanfaatkan untuk membagikan informasi mengenai pencarian pekerjaan dan pengembangan profesional (Ningtyas & Zafira, 2023). Penelitian sebelumnya membicarakan pembentukan citra profesional kreator tersebut (Pujangkara, 2025) serta keterkaitan kontennya dengan kesiapan mahasiswa memasuki dunia kerja (Gozali & Sayuti, 2025). Hubungan serupa dilaporkan dalam kajian lain tentang paparan informasi karier dari akun yang sama (Aliyah et al., 2025). Meskipun demikian, kesiapan kerja, keyakinan terhadap kemampuan karier, dan krisis pada masa dewasa awal merupakan konsep yang tidak dapat dipersamakan.

Kerangka *stimulus-organism-response* digunakan sebagai landasan hubungan antarvariabel (Sohaib & Safeer, 2022). Dalam pemetaan ini, pesan edukasi karier @vmuliana berperan sebagai stimulus (X), efikasi diri karier mencerminkan kondisi internal individu atau organisme (M), sedangkan *quarter life crisis* ditempatkan sebagai respons (Y). Keterkaitan X → M, M → Y, dan X → Y ditelaah dalam model; untuk memastikan fungsi mediasi, diperlukan pengujian efek tidak langsung secara tersendiri.

Masih terbatas penelitian yang sekaligus mengaitkan materi edukasi dari sebuah akun TikTok, efikasi diri dalam pengelolaan karier, dan krisis yang dialami pada usia dewasa awal. Kajian sebelumnya cenderung memusatkan perhatian pada kesiapan bekerja, perilaku bermedia sosial secara luas, atau kecenderungan melakukan perbandingan sosial.

Tujuan kajian ini ialah menelaah keterkaitan paparan konten edukasi karier @vmuliana dengan efikasi diri karier dan *quarter life crisis* pada 150 mahasiswa Generasi Z Universitas Garut. Pembahasan tersebut sekaligus diarahkan untuk menilai relevansi model *stimulus-organism-response* dalam konteks penyampaian pesan karier melalui media digital.

Hipotesis alternatif (H_1) menyatakan adanya hubungan bermakna secara statistik antara konten edukasi karier @vmuliana dan *quarter life crisis*, sedangkan hipotesis nol (H_0)

menyatakan tidak adanya hubungan tersebut. Selain jalur utama, pengujian meliputi X → M, M → Y, dan hubungan simultan X serta M terhadap Y.

METODE

Survei kuantitatif dengan tujuan eksplanatif digunakan untuk mempelajari mahasiswa Generasi Z di Universitas Garut. Berdasarkan perspektif *stimulus-organism-response*, konten edukasi karier dari TikTok @vmuliana didefinisikan sebagai stimulus (X), efikasi diri karier sebagai organisme (M), serta *quarter life crisis* sebagai respons (Y) (Sugiyono, 2021).

Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert lima pilihan jawaban, dengan rentang dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Melalui skala tersebut, persepsi responden mengenai konten edukasi karier, efikasi diri karier, dan *quarter life crisis* diukur secara terstruktur (Kriyantono, 2022).

Kelompok sasaran mencakup mahasiswa Generasi Z Universitas Garut yang menggunakan TikTok secara aktif dan pernah menyaksikan konten karier @vmuliana. Penentuan 150 responden dilakukan melalui *purposive sampling*, dengan persyaratan usia 18–30 tahun, memiliki akun TikTok aktif, dan pernah mengakses materi terkait. Karena teknik yang diterapkan bersifat nonprobabilitas, hasil sampel tidak otomatis mewakili seluruh populasi.

Pengembangan instrumen mengacu pada kerangka *stimulus-organism-response*. Sebanyak 28 indikator dijabarkan menjadi 70 pernyataan untuk mengukur ketiga variabel, sedangkan pembagian indikator beserta nomor pertanyaannya dicantumkan dalam Tabel 1.

Pengukuran konten edukasi karier (X) melibatkan aspek intensitas paparan, informasi yang disampaikan, kredibilitas kreator, kesesuaian pesan, dan daya tarik visual. Efikasi diri karier (M) dinilai melalui pengenalan diri, pencarian informasi pekerjaan, penetapan tujuan, penyusunan rencana, dan penyelesaian persoalan karier. Adapun *quarter life crisis* (Y) mencakup ketidakjelasan arah hidup, kecemasan terhadap masa depan, tekanan perbandingan sosial, dan keraguan atas diri sendiri.

Secara terperinci, X dan M masing-masing diwakili oleh 10 indikator dengan 25 butir pernyataan, sedangkan Y terdiri atas delapan indikator dan 20 butir. Pembagian dimensi dan penomoran seluruh butir dapat dilihat pada Tabel 1.

Analisis memanfaatkan IBM SPSS Statistics untuk pemeriksaan validitas, reliabilitas, statistik deskriptif, normalitas, regresi linear, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Model mencakup hubungan X → M, M → Y, X → Y, serta pengaruh bersama X dan M terhadap Y. Uji pengaruh tidak langsung perlu dibedakan dari interval *bootstrap* yang hanya dapat dipastikan melalui keluaran data asli.

Rincian skala, dimensi, dan nomor butir dari 28 indikator dalam 70 pernyataan ditampilkan secara terstruktur pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Nomor Butir
Konten Edukasi Karier TikTok @vmuliana (X)	1. Intensitas Terpaan Media	a. Frekuensi menonton konten @vmuliana b. Durasi waktu yang dihabiskan	Interval	1–3 4–5
	2. Keinformatifan (Informativeness)	a. Akurasi dan kualitas isi informasi b. Kejelasan pesan yang disampaikan	Interval	6–8 9–10
	3. Kredibilitas Kreator (Source Credibility)	a. Keahlian kreator (praktisi human capital) b. Tingkat kepercayaan terhadap informasi	Interval	11–13 14–15

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Nomor Butir
	4. Relevansi Isi (Content Relevance)	a. Kesesuaian dengan kebutuhan karier Gen Z b. Keterhubungan topik dengan kondisi nyata	Interval	16–18 19–20
	5. Daya Tarik Visual (Visual Appeal)	a. Kualitas teknis dan kejelasan grafis/video b. Estetika dan gaya penyampaian kreator	Interval	21–23 24–25
Career Self-Efficacy (M)	1. Penilaian Diri (Self-Appraisal)	a. Pemahaman terhadap potensi diri b. Kesadaran akan kelemahan diri	Interval	26–28 29–30
	2. Pengumpulan Informasi Pekerjaan (Occupational Info Gathering)	a. Keaktifan mencari informasi pekerjaan b. Selektivitas memilih sumber informasi	Interval	31–33 34–35
	3. Pemilihan Tujuan Karier (Goal Selection)	a. Kejelasan penetapan target karier b. Kemandirian dalam mengambil keputusan	Interval	36–38 39–40
	4. Perencanaan Masa Depan (Making Plans for Future)	a. Penyusunan strategi dan rencana karier b. Persiapan dokumen/keterampilan kerja	Interval	41–43 44–45
	5. Pemecahan Masalah Karier (Problem Solving)	a. Ketahanan menghadapi hambatan karier b. Kemampuan beradaptasi dengan perubahan	Interval	46–48 49–50
Quarter Life Crisis (Y)	1. Kebingungan Arah Hidup	a. Ketidakjelasan tujuan hidup dan masa depan b. Kehilangan arah dalam mengambil keputusan	Interval	51–53 54–55
	2. Kecemasan Masa Depan	a. Kekhawatiran akan kemandirian finansial b. Ketakutan terhadap pengangguran/kegagalan	Interval	56–58 59–60
	3. Tekanan Perbandingan Sosial	a. Beban ekspektasi dari keluarga/lingkungan b. Kecenderungan membandingkan diri dengan kawan	Interval	61–63 64–65
	4. Keraguan Diri (Self-Doubt)	a. Keraguan atas kesiapan memasuki dunia kerja b. Rendahnya kepercayaan diri atas kemampuan	Interval	66–68 69–70

Sumber: Operasionalisasi Instrumen Penelitian (2026)

Melalui Tabel 1, komposisi indikator dan butir untuk setiap variabel dapat ditelusuri. Susunan instrumen tersebut digunakan dalam pengumpulan jawaban responden sebelum dilakukan pengujian hubungan antarvariabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Data dan Statistik Deskriptif

Sebanyak 150 mahasiswa Generasi Z Universitas Garut yang sesuai dengan kriteria *purposive sampling* menjadi responden penelitian. Sebelum pengujian hipotesis, data setiap variabel diringkas menggunakan statistik deskriptif agar kecenderungan skor dapat diamati. Informasi awal mengenai komposisi jenis kelamin dan usia responden disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Jenis Kelamin dan Usia

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	50	33,3
	Perempuan	100	66,7
Umur	18–21 Tahun	37	24,7
	22–30 Tahun	113	75,3

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Komposisi pada Tabel 2 memperlihatkan 100 responden perempuan (66,7%) dan 50 responden laki-laki (33,3%). Untuk kelompok usia, sebanyak 113 orang (75,3%) berusia 22–30 tahun, sedangkan 37 orang (24,7%) berada dalam rentang 18–21 tahun. Distribusi angkatan masuk perguruan tinggi ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden Angkatan

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Angkatan	2021	34	22,7
	2022	93	62,0
	2023	13	8,7
	2024	5	3,3
	2025	5	3,3

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas responden berasal dari angkatan 2022, yakni 93 mahasiswa (62,0%). Angkatan 2021 menempati urutan berikutnya dengan 34 mahasiswa (22,7%), sedangkan angkatan 2023 berjumlah 13 mahasiswa (8,7%). Angkatan 2024 dan 2025 masing-masing terdiri atas 5 mahasiswa (3,3%). Pengelompokan menurut fakultas dilanjutkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Responden Fakultas

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Fakultas	Fakultas Komunikasi Dan Informasi	46	30,7
	Fakultas Ekonomi	13	8,7
	Fakultas Teknik	13	8,7
	Fakultas Pendidikan Islam Dan perguruan	13	8,7
	Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik	15	10,0
	Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan	27	18,0
	Fakultas Pertanian	11	7,3
	Fakultas Kewirausahaan	12	8,0

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Data pada Tabel 4 menempatkan Fakultas Komunikasi dan Informasi sebagai asal responden terbanyak, yaitu 46 mahasiswa (30,7%). Berikutnya adalah Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan dengan 27 mahasiswa (18,0%). Ringkasan skor untuk ketiga konstruk selanjutnya diberikan melalui Tabel 5.

Tabel 5. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Std. Deviation	N	Kategori
Konten Edukasi Karier TikTok @vmuliana (X)	97,07	12,55	150	Tinggi
Career Self-Efficacy (M)	99,57	11,03	150	Tinggi
Quarter Life Crisis (Y)	69,43	17,27	150	Sedang

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Tabel 5 memperlihatkan bahwa rerata X dan M berada pada tingkat yang relatif tinggi bila dibandingkan dengan titik tengah teoretisnya. Sebaliknya, rerata Y tergolong sedang dan memperlihatkan penyebaran lebih luas. Standar deviasi Y yang paling besar mengindikasikan bahwa keragaman pengalaman *quarter life crisis* antarmahasiswa melebihi keragaman persepsi terhadap konten dan efikasi diri karier.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Kelayakan setiap butir dinilai melalui korelasi antara skor butir dan skor total variabel, sedangkan konsistensi internalnya diperiksa dengan Cronbach's Alpha. Untuk 150 responden pada taraf 5%, nilai r tabel yang digunakan adalah 0,160. Kriteria validitas ditetapkan pada r hitung > 0,160, sementara reliabilitas dinilai memadai apabila Alpha melebihi 0,70. Rekapitulasi kedua pengujian tersebut ditampilkan dalam Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji	Hasil	Keterangan
Validitas Variabel X (25 item)	25 item valid (r hitung > r tabel = 0,160; N = 150)	Valid
Validitas Variabel M (25 item)	25 item valid (r hitung > r tabel = 0,160; N = 150)	Valid
Validitas Variabel Y (20 item)	20 item valid (r hitung > r tabel = 0,160; N = 150)	Valid
Reliabilitas Variabel X (*Cronbach's Alpha*)	0,864 > 0,70	Reliabel
Reliabilitas Variabel M (*Cronbach's Alpha*)	0,854 > 0,70	Reliabel
Reliabilitas Variabel Y (*Cronbach's Alpha*)	0,851 > 0,70	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Seluruh 70 butir pengukuran dilaporkan memiliki nilai r hitung di atas 0,160 seperti dirangkum pada Tabel 6, sehingga memenuhi kriteria validitas yang digunakan. Cronbach's Alpha untuk X, M, dan Y berturut-turut sebesar 0,864, 0,854, dan 0,851. Ketiganya melampaui ambang 0,70, yang menunjukkan konsistensi internal instrumen berdasarkan kriteria penelitian.

Uji Normalitas

Setelah instrumen memenuhi kriteria pengukuran yang digunakan, distribusi skor X, M, dan Y diperiksa melalui uji normalitas. Tujuannya ialah mengidentifikasi apakah sebaran pengamatan menunjukkan perbedaan signifikan dari distribusi normal. Pengujian mencakup Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk untuk 150 responden. Dengan taraf signifikansi 0,05, nilai p yang melebihi 0,05 berarti data tidak menunjukkan bukti penyimpangan normalitas yang

signifikan; nilai pada atau di bawah batas tersebut mengarah pada adanya penyimpangan. Hasil normalitas skor hanya menggambarkan distribusi variabel, sedangkan asumsi normalitas dalam regresi perlu ditinjau melalui residualnya. Ringkasan hasil pengujian variabel ditampilkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji Normalitas Skor Variabel

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnova			***Shapiro-Wilk***		
	Statistic	**df**	**Sig.**	**Statistic**	**df**	**Sig.**
X	.050	150	.200*	.989	150	.321
M	.058	150	.200*	.993	150	.646
Y	.054	150	.200*	.992	150	.546
*. This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Nilai pada Tabel 7 menunjukkan signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 untuk X, M, dan Y. Berdasarkan Shapiro-Wilk, nilai p masing-masing mencapai 0,321 pada X, 0,646 pada M, dan 0,546 pada Y. Seluruhnya melebihi 0,05 sehingga, menurut hasil pengujian yang dilaporkan, tidak diperoleh bukti penyimpangan signifikan dari distribusi normal pada ketiga skor.

Tabel 8. Uji Normalitas Residual Regresi

Model/variabel	Statistik Kolmogorov-Smirnov	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Unstandardized Residual	0,062	0,200	Berdistribusi Normal

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Pengujian yang disajikan pada Tabel 8 menghasilkan signifikansi Kolmogorov-Smirnov residual sebesar 0,200. Nilai di atas 0,05 tersebut menunjukkan tidak terdeteksinya penyimpangan normalitas residual yang signifikan berdasarkan uji pada ringkasan penelitian.

Koefisien Determinasi dan Uji ANOVA

Besarnya variasi *quarter life crisis* yang diterangkan oleh prediktor dievaluasi melalui koefisien determinasi, sedangkan kelayakan signifikansi model diperiksa dengan ANOVA. Nilai untuk masing-masing persamaan regresi diringkas dalam Tabel 9.

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji ANOVA

Model Regresi	R	R Square (R^2)	Adjusted R^2	F	Sig.
M → Y	0,537	0,288	0,284	59,990	< 0,001
X → Y	0,585	0,342	0,337	76,875	< 0,001
X dan M → Y	0,706	0,498	0,491	72,896	< 0,001

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Model gabungan pada Tabel 9 menghasilkan R = 0,706 yang memperlihatkan kekuatan hubungan antara dua prediktor, yakni konten edukasi karier @vmuliana (X) dan efikasi diri karier (M), dengan *quarter life crisis* (Y). Nilai R^2 = 0,498 berarti kedua variabel menjelaskan 49,8% keragaman Y pada sampel ini; 50,2% variasi lainnya tidak diterangkan oleh model. Setelah penyesuaian jumlah prediktor, adjusted R^2 sebesar 0,491 menunjukkan proporsi variasi yang dijelaskan sebesar 49,1%.

Dari ANOVA, nilai F model regresi berganda tercatat 72,896 dengan p < 0,001. Pada batas signifikansi 0,05, hasil tersebut menunjukkan bahwa X dan M secara bersama-sama memiliki hubungan statistik yang signifikan dengan *quarter life crisis*.

Regresi Linear Berganda dan Uji t

Tabel 10 memuat koefisien X → M dan koefisien parsial X maupun M terhadap Y. Untuk jalur X → M, kesalahan posisi desimal pada galat baku ditangani melalui perhitungan hubungan t = B/SE, tanpa mengklaim bahwa angka tersebut merupakan output SPSS yang diperiksa ulang.

Tabel 10. Hasil Regresi Linear dan Uji t

Path	Koefisien B	Std. Error	t	Sig.	Keterangan
X → M	0,542	0,0560	9,678	< 0,001	Signifikan
M → Y	-0,359	0,053	-6,760	< 0,001	Signifikan
X → Y	-0,407	0,052	-7,832	< 0,001	H1 Diterima (Signifikan)

Sumber: Ringkasan hasil penelitian (2026); SE jalur X → M direkalkulasi secara aljabar (B/t).

Menurut Tabel 10, jalur X → M memiliki B = 0,542 dan t = 9,678. Perhitungan SE = B/t menghasilkan nilai sekitar 0,0560. Tanda positif pada koefisien menunjukkan bahwa skor edukasi karier yang lebih tinggi berkaitan dengan efikasi diri karier yang lebih kuat. Perlu ditegaskan bahwa angka tersebut berasal dari ringkasan penelitian, bukan dari pengolahan ulang respons individu.

Untuk jalur M → Y, koefisien B tercatat -0,359, statistik t sebesar -6,760, dan p < 0,001. Hasil ini menunjukkan asosiasi negatif yang signifikan antara efikasi diri karier dan *quarter life crisis*. Ketika variabel X dikendalikan, peningkatan satuan M berkaitan dengan prediksi skor Y yang lebih rendah.

Nilai koefisien X → Y sebesar -0,407, t = -7,832, dan p < 0,001 juga ditunjukkan oleh Tabel 10. Dengan tingkat signifikansi yang digunakan, hipotesis alternatif tentang keterkaitan X dan Y memperoleh dukungan statistik. Koefisien negatif mengindikasikan bahwa penilaian lebih tinggi terhadap konten edukasi @vmuliana berkaitan dengan *quarter life crisis* yang lebih rendah setelah mempertimbangkan M.

Tabel 11. Koefisien Regresi Linear Berganda

Jalur / Variabel	Koefisien B (*Unstandardized*)	Std. Error	t hitung	Signifikansi (p)	Keterangan
Konstanta (rekonstruksi rerata)	144,683	-	-	-	-
Konten Edukasi Karier (X)	-0,407	0,052	-7,832	< 0,001	Signifikan
Career Self-Efficacy (M)	-0,359	0,053	-6,760	< 0,001	Signifikan

Sumber: Koefisien dan rerata penelitian (2026); konstanta direkonstruksi agar persamaan sesuai dengan rerata sampel.

Tabel 12. Rekalkulasi Efek Langsung dan Tidak Langsung (Uji Sobel)

Jenis Pengaruh	Efek (B)	SE	t / z	p	Metode
Langsung X → Y	−0,4070	0,0520	−7,832	< 0,001	Regresi berganda terlapor
Tidak langsung X → M → Y	-0,1946	0,0351	-5,549	< 0,001	Pendekatan Sobel (rekalkulasi)

Sumber: Perhitungan ulang berdasarkan B dan SE yang dilaporkan (2026), bukan keluaran bootstrap SPSS.

Dalam Tabel 12, efek tidak langsung diperoleh dengan mengalikan koefisien X → M (a = 0,542) dan M → Y (b = −0,359), sehingga hasilnya ab = −0,1946. Nilai SE untuk a, yaitu 0,0560, direkonstruksi dari pembagian 0,542 dengan 9,678. Pendekatan Sobel kemudian memberikan SE efek tidak langsung sekitar 0,0351, z = −5,549, serta p < 0,001. Dengan asumsi normal, interval kepercayaan 95% diperkirakan dari −0,2633 hingga −0,1259. Semua hasil tersebut merupakan kalkulasi berdasarkan statistik ringkasan, bukan hasil *bootstrap* data mentah, sehingga kesimpulan empiris memerlukan verifikasi lanjutan.

Dengan menggunakan rerata pada Tabel 5, yakni Y = 69,43, X = 97,07, dan M = 99,57, serta koefisien -0,407 untuk X dan -0,359 untuk M, diperoleh konstanta rekonstruksi sebesar 144,683. Persamaan yang konsisten secara aljabar menjadi Y = 144,683 − 0,407X − 0,359M atau, dalam bentuk berpusat rerata, (Y − 69,43) = −0,407(X − 97,07) − 0,359(M − 99,57). Konstanta ini dihitung dari informasi yang tersedia, bukan dikutip dari output regresi SPSS yang telah dikonfirmasi. Kedua koefisien merepresentasikan hubungan parsial dengan prediktor lainnya dianggap konstan.

Pembahasan

Temuan hubungan positif antara materi edukasi karier TikTok @vmuliana dan efikasi diri karier memperlihatkan keterkaitan antara informasi profesional dengan keyakinan mahasiswa dalam menentukan langkah karier. Penelitian (Gozali & Sayuti, 2025) maupun (Aliyah et al., 2025) sebelumnya juga melaporkan hubungan konten akun tersebut dengan kesiapan kerja. Walaupun arah temuan berkaitan, ukuran kesiapan kerja pada studi terdahulu tidak sama dengan konstruk efikasi diri karier yang dianalisis di sini; kesesuaian tersebut karena sama-sama berhubungan dengan persiapan karier, bukan karena kedua variabel identik.

Statistik pada model X dan M terhadap Y melaporkan F = 72,896 bersama R^2 = 0,498. Secara perhitungan, pasangan angka tersebut konsisten dengan sampel 150 orang dan dua prediktor. Kendati demikian, tabel ringkasan saja belum cukup untuk memverifikasi seluruh koefisien terhadap statistik deskriptif, asosiasi bivariat, maupun keluaran SPSS asli.

Koefisien negatif pada hubungan konten edukasi karier dengan *quarter life crisis* mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memberikan penilaian lebih baik terhadap konten cenderung memiliki skor krisis lebih rendah. Kipply et al. (2026) turut mengkaji hubungan penggunaan media sosial dengan *quarter life crisis*, tetapi arah makna setiap bentuk penggunaan media perlu dibedakan. Di sisi lain, Maharani dan Merida (2025) melaporkan hubungan perbandingan sosial melalui Instagram dengan krisis fase dewasa awal. Perbedaan antara konten informatif mengenai karier dan paparan pencapaian individu lain dapat menjadi penjelasan teoretis yang layak ditelaah, bukan hubungan sebab-akibat yang telah dibuktikan oleh survei ini.

Asosiasi negatif efikasi diri karier dengan *quarter life crisis* memperlihatkan bahwa keyakinan dalam menetapkan pilihan profesional berkaitan dengan tingkat ketidakpastian yang lebih rendah. Pemahaman tersebut sejalan dengan posisi organisme sebagai kondisi psikologis internal dalam model *stimulus-organism-response* (Sohaib & Safeer, 2022). Meski demikian, pengalaman krisis mahasiswa juga berhubungan dengan dukungan teman sebaya serta tekanan lingkungan sosial (Jannah & Ariyanto, 2025; Setiagils et al., 2024). Karena sebagian faktor

tersebut berada di luar persamaan yang diuji, pembacaan hasil tetap terbatas pada variabel dan kelompok responden penelitian.

Dua prediktor pada model simultan dilaporkan menerangkan 49,8% variasi *quarter life crisis*. Persentase ini menggambarkan daya jelas statistik model, bukan ukuran penurunan krisis yang secara langsung disebabkan oleh konsumsi video. Jika dibandingkan dengan penelitian Gozali dan Sayuti (2025) serta Aliyah et al. (2025), hasil ini memperlihatkan perbedaan fokus antara kesiapan memasuki pekerjaan dan pengalaman krisis psikologis. Dengan demikian, sumbangan penelitian terletak pada pemaduan komunikasi edukasi karier dan kondisi psikologis mahasiswa dalam kerangka analisis yang sama, bukan penilaian bahwa suatu akun lebih unggul dibandingkan akun lain.

Perhitungan kembali dengan rumus Sobel menghasilkan koefisien pengaruh tidak langsung -0,1946 dan nilai z = -5,549. Angka tersebut tidak sama dengan -0,0940 yang pernah disertai interval *bootstrap* pada versi terdahulu; oleh sebab itu, interval sebelumnya tidak dijadikan dasar kesimpulan dalam artikel ini. Sobel adalah metode estimasi analitik, sedangkan interval *bootstrap* memerlukan pengolahan data responden yang sesungguhnya. Selain itu, survei potong lintang menggunakan sampel purposif tidak dapat memastikan relasi kausal.

Kontribusi baru penelitian ini berupa analisis dalam satu model terhadap konten edukasi karier @vmuliana, efikasi diri karier, dan *quarter life crisis* pada mahasiswa Universitas Garut. Berbeda dari kajian yang menekankan kesiapan kerja atau konsumsi media sosial secara luas, efikasi diri karier di sini ditempatkan sebagai penghubung yang diuji antara paparan pesan edukatif dan keadaan psikologis. Penafsiran kebaruan tersebut tetap harus mempertimbangkan keterbatasan desain serta perlunya pengecekan hasil mediasi dari data penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian memperlihatkan hubungan positif yang signifikan antara konten edukasi karier @vmuliana dan *career self-efficacy* pada mahasiswa Generasi Z Universitas Garut. Sebaliknya, konten edukasi karier maupun *career self-efficacy* masing-masing berkaitan secara negatif dan signifikan dengan *quarter life crisis*. Secara serentak, kedua prediktor menjelaskan sebagian keragaman krisis yang dialami mahasiswa. Pola tersebut dapat dipahami melalui model *stimulus-organism-response*, dengan pesan karier sebagai stimulus, efikasi diri sebagai proses psikologis internal, dan krisis dewasa awal sebagai respons. Dari perhitungan ulang atas koefisien terlapor, efek tidak langsung diperkirakan sebesar −0,1946 dengan uji Sobel yang signifikan. Hasil ini menunjukkan kemungkinan mekanisme mediasi, tetapi keabsahannya sebagai temuan empiris final masih membutuhkan pembuktian melalui data asli.

Keterbatasan

Lingkup penelitian mencakup 150 mahasiswa Generasi Z dari Universitas Garut yang direkrut secara purposif, sehingga inferensi probabilistik untuk seluruh populasi tidak dapat dilakukan. Data yang dikumpulkan melalui survei mengenai satu akun TikTok juga tidak memungkinkan penarikan kesimpulan sebab-akibat. Selain itu, terdapat keterbatasan pada pelaporan statistik, terutama perlunya pemeriksaan konstanta regresi, konsistensi koefisien dengan ukuran model, dan perbedaan hasil mediasi terhadap interval *bootstrap* dari sumber awal.

Saran

Kajian berikutnya dapat melibatkan faktor tambahan, antara lain komunikasi dalam keluarga, keadaan ekonomi, dan kecenderungan membandingkan diri melalui media sosial. Perluasan responden ke perguruan tinggi atau wilayah lain juga dapat memperkaya pemahaman

tentang hubungan informasi karier digital, efikasi diri, dan *quarter life crisis* dalam populasi Generasi Z.

Kontribusi Author

Para penulis terlibat dalam perumusan kajian, pengelolaan data, penafsiran hasil, penulisan, serta proses penelaahan artikel. Tanggung jawab atas ketepatan substansi ilmiah tetap berada pada seluruh penulis.

Pernyataan Pengungkapan AI

Dalam proses penyesuaian terhadap format Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial (JKIS), ChatGPT dari OpenAI membantu parafrase, penyuntingan kebahasaan, pengorganisasian bagian artikel, dan penataan dokumen. Dukungan tersebut tidak menggantikan pemeriksaan keaslian referensi, validasi analisis statistik, ataupun keputusan ilmiah penulis. Seluruh penulis memikul tanggung jawab akhir atas data, interpretasi, dan isi artikel yang disampaikan.

REFERENSI

Adha, H. N., Ahmad, S. R., Zalzabilah, U. S., & Annisa, N. N. (2025). Pengaruh konten TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di era digital. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, *17*(1), 121–130. https://doi.org/10.2324/n8att411

Adisti, S. (2025). Family communication experiences of Gen Z with negative inner child in relation to the quarter-life crisis phase. *Journal Analytica Islamica*, *14*(1), 235–245. https://doi.org/10.30829/jai.v14i1.24618

Aliyah, Z., Nisa, N., Muhammad, D., Meilani, M., & Habibie, A. (2025). Pengaruh terpaan media TikTok akun @vmuliana terhadap kesiapan kerja mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Jurnal Humanitaria: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *4*(1). https://doi.org/10.14421/hum.v4i1.3161

Ardian, M., Abdillah, S. A., & Raharusun, M. (2025). Pendekatan psikodiagnostik dalam mengkaji quarter life crisis pada mahasiswa Generasi Z tingkat akhir. *PUBLIK: Publikasi Layanan Bimbingan Dan Konseling Islam*, *4*(2), 92–104. https://doi.org/10.47945/publik.v4i2.2534

Arifiani, Z. N. (2025). Quarter life crisis dengan turnover intention pada Generasi Z. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, *5*(2), 191–198. https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v5i2.7406

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *APJII jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. APJII. https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang

Bratadiredja, M. (2023). Pemanfaatan TikTok sebagai digital marketing dalam promosi kuliner bagi pelaku UMKM. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, *7*(2), 144–155. https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/7198

Bratadiredja, M. F., Sambadi, H., Permana, N. T. A., & Khoerunisa, R. (2025). Analisis motivasi ketertarikan Generasi Z dalam mendengarkan podcast pada platform musik Spotify. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, *11*(2), 394–411. https://doi.org/10.52434/jk.v11i2.42444

DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia

Fanaqi, C. (2021). TikTok sebagai media kreativitas di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Dakwah*, *22*(1), 105–130. https://doi.org/10.14421/JD.22.1.21.4

Fanaqi, C., Febrina, R. I., & Pratiwi, R. M. (2022). Pemanfaatan TikTok sebagai media edukasi di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, *8*(2), 910–924. https://doi.org/10.52434/jk.v8i2.2102

Febriati, E., Dewi, D. K., & Khoirunnisa, R. (2026). Gender differences in quarter-life crisis among migrant Generation Z. *ASEAN Journal of Self & Psychological Measurement*, *1*(1), 13–22. https://doi.org/10.26740/ajspm.v1i1.50430

Gozali, R. S., & Sayuti, A. (2025). Pengaruh konten edukasi karir di media sosial terhadap kesiapan kerja mahasiswa tingkat akhir: Studi kasus konten kreator Vina Muliana. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *4*(1), 95–114. https://doi.org/10.36490/jmdb.v4i1.1761

Jannah, N. A. I., & Ariyanto, M. (2025). Pengaruh dukungan sosial teman sebaya terhadap quarter life crisis pada Generasi Z. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, *5*(1), 449–460. https://doi.org/10.56799/peshum.v5i1.12757

Kipply, Z., Hastutiningtyas, W. R., & Trishinta, S. (2026). Hubungan penggunaan media sosial dengan quarter life crisis pada mahasiswa Gen-Z di Universitas Tribhuwana Tunggadewi. *ASSYIFA: Jurnal Ilmu Kesehatan*, *4*(1), 353–360. https://doi.org/10.62085/ajk.v4i1.201

Kriyantono, R. (2022). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif: Disertai contoh praktis skripsi, tesis, dan disertasi riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran* (2nd ed.). Kencana. https://perpustakaan.usni.ac.id/index.php?id=6916&keywords=&p=show_detail

Maharani, L. (2026). Strategi content creator Bali United Store dalam mengembangkan customer engagement di TikTok. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, *9*(1), 48–59. https://doi.org/10.32509/pustakom.v9i1.6148

Maharani, P. K. G. K., & Merida, S. C. (2025). Social comparison and quarter-life crisis in Generation Z: A study of Instagram users. *Developmental and Clinical Psychology*, *6*(1), 28–39. https://doi.org/10.15294/dcp.v6i1.31974

Ningtyas, R. A., & Zafira, E. (2023). Peran konten TikTok Vina Muliana dalam edukasi dunia karier remaja Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 533–543. https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/832

Pramudya, D. A., Hayuningrat, F. A., Esrarf, L. S., Naia, N. A., Rahmayanti, S., Ariyanto, K. S. P., Nazila, Y., & Almutairi, R. (2023). Utilization of social media as a quarter life crisis education media. *Inovasi Lokal: Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pembangunan Berkelanjutan*, *1*(2), 116–121. https://doi.org/10.62255/noval.v1i2.24

Pujangkara, D. A. T. (2025). Peran personal branding Vina Muliana dalam popularitas di TikTok. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, *11*(2), 655–665. https://doi.org/10.52434/jk.v11i2.42715

Qonita, D. N., & Puspitadewi, N. W. (2022). Hubungan quarter life crisis dengan turnover intention pada generasi milenial Kota Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, *8*(9), 204–215. https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i9.48223

Rosyiddin, A. A. A., & Afandi, N. (2023). Quarter-life crisis in Generation Z adults. *Proceedings of International Conference on Psychology, Mental Health, Religion, and Spirituality*, *1*(1), 34–40. https://doi.org/10.29080/pmhrs.v1i1.1135

Setiagils, A., Rozak, A., & Nuraeni, N. (2024). The role of the social environment in addressing the quarter-life crisis among Generation Z university students. *Muqoddima: Jurnal Pemikiran Dan Riset Sosiologi*, *5*(2), 43–60. https://doi.org/10.47776/MJPRS.005.02.01

Sohaib, M., & Safeer, A. A. (2022). Role of social media marketing activities in China's e-commerce industry: A stimulus organism response theory context. *Frontiers in Psychology*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.941058

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Widjaja, A. (2026). Peran komponen buku self-help untuk generasi 20-an: Studi preferensi visual pada quarter life crisis. *Jurnal Vicidi*, *16*(1), 171–191. https://doi.org/10.37715/vicidi.v16i1.6232