

**PENGARUH PENGALAMAN MAGANG, *PERSONAL BRANDING*
DI SOSIAL MEDIA, DAN *LOCUS OF CONTROL*
TERHADAP KESIAPAN KERJA GENERASI Z
DI BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

Oleh

**FAIQ TADJIDAN MAHDI
NPM 2116051093**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PENGARUH PENGALAMAN MAGANG, *PERSONAL BRANDING* DI SOSIAL MEDIA, DAN *LOCUS OF CONTROL* TERHADAP KESIAPAN KERJA GENERASI Z DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

FAIQ TADJIDAN MAHDI

Lingkungan bisnis yang berkembang menuntut karyawan yang tidak hanya terampil, tetapi juga siap secara mental dan adaptif di tengah tingginya pengangguran muda. Kurangnya kesiapan calon pekerja menjadi tantangan bagi generasi saat ini yang menjadi angkatan kerja yaitu Generasi X, Y, dan Generasi Z, yang akan didominasi oleh Generasi Z kedepannya. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengenal dan beradaptasi dengan karakteristik Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control* terhadap kesiapan kerja. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dan menggunakan SPSS 27 sebagai alat pengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control* berpengaruh signifikan dengan arah hubungan positif terhadap kesiapan kerja. Saran dari penelitian ini, diperlukan perbaikan dalam rangka meningkatkan aspek keterampilan profesional, membangun aspek *roles*, dan meningkatkan aspek *external locus of control*.

Kata Kunci: Pengalaman Magang, *Personal Branding*, *Locus of Control*, Kesiapan Kerja, Generasi Z Bandar Lampung

ABSTRACT

THE EFFECT OF INTERNSHIP EXPERIENCE, PERSONAL BRANDING ON SOCIAL MEDIA, AND LOCUS OF CONTROL ON GENERATION Z'S WORK READINESS IN BANDAR LAMPUNG

By

FAIQ TADJIDAN MAHDI

The evolving business environment demands employees who are not only skilled, but also mentally prepared and adaptive amidst the high rate of youth unemployment. The lack of readiness among prospective workers becomes a challenge for the current working generations, namely Generation X, Y, and Z, which will be dominated by Generation Z in the future, this encourages companies to understand and adapt to the characteristics of Generation Z. This study aims to determine the influence of internship experience, personal branding, and locus of control on job readiness.. The type of research used is explanatory research with a quantitative approach. The sampling technique used is purposive sampling, and a total of 100 respondents were obtained through questionnaires and analyzed using SPSS version 27 as the data processing tool. The results of the study indicate that partially and simultaneously internship experience, personal branding, and locus of control significantly influence job readiness, with a positive relationship. This study recommends improvements to enhance professional skills, build roles, and enhance external locus of control.

Keywords: Internship Experience, Personal Branding, Locus of Control, Work Readiness, Generation Z Bandar Lampung

**PENGARUH PENGALAMAN MAGANG, *PERSONAL BRANDING*
DI SOSIAL MEDIA, DAN *LOCUS OF CONTROL*
TERHADAP KESIAPAN KERJA GENERASI Z
DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh

FAIQ TADJIDAN MAHDI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul : **PENGARUH PENGALAMAN MAGANG,
PERSONAL BRANDING DI SOSIAL MEDIA,
DAN *LOCUS OF CONTROL* TERHADAP
KESIAPAN KERJA GENERASI Z DI
BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Faiq Tadjidan Mahdi**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2116051093**

Program Studi : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

MENYETUJUI

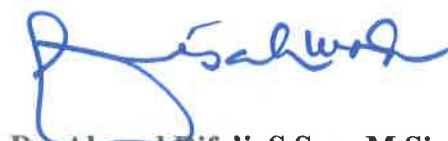
1. Komisi Pembimbing

The image shows two handwritten signatures in blue ink. The signature on the left is for Dr. Jeni Wulandari, and the signature on the right is for Hani Damayanti Aprilia. They are positioned above their respective names and NIP numbers.

Dr. Jeni Wulandari, S.A.B., M.Si.
NIP. 198501152008012002

Hani Damayanti Aprilia, S.A.B., M.Si.
NIP. 198504042023212044

2. Ketua Ilmu Administrasi Bisnis

The image shows a handwritten signature in blue ink for Dr. Ahmad Rifa'i, positioned above his name and NIP number.

Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si.
NIP. 197502042000121001

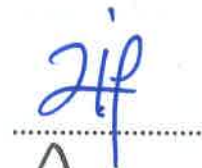
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

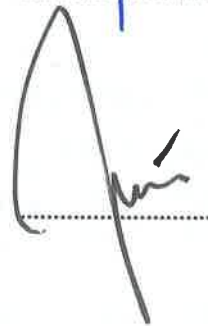
Ketua : **Dr. Jeni Wulandari, S.A.B., M.Si.**



Sekretaris : **Hani Damayanti Aprilia, S.AB., M.Si.**



Penguji : **Dr. Maulana Agung P, S.Sos., M.AB.**



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.
NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **30 Juli 2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 30 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Faiq Tadjidan Mahdi

NPM. 2116051093

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Faiq Tadjidan Mahdi, lahir di Bandar Lampung pada tanggal 03 Mei 2003 sebagai anak ketiga dari pasangan Bapak Ahmadi dan Ibu Minaryati. Penulis memiliki dua kakak laki-laki yang bernama Ramadhan Mahdi dan Radika Mauludhani Mahdi, memiliki perbedaan usia 7 tahun dan 4 tahun dengan penulis.

Latar belakang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis yaitu menyelesaikan pendidikan dasar di SDN Tegalsari Surakarta pada tahun 2009-2015, pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 2 Surakarta pada tahun 2015-2018, dan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 4 Surakarta pada tahun 2018-2021. Kemudian pada tahun 2021, Penulis melanjutkan pendidikan sebagai mahasiswa Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam mengikuti organisasi dan kepanitiaan di Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Administrasi Bisnis. Penulis menjadi anggota bidang DIKA pada tahun 2022-2023 di organisasi tersebut dan menjadi Kepala Bidang DIKA di HMJ Bisnis pada tahun 2023. Penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tanjung Agung, Kec. Katibung, Kabupaten Lampung Selatan, Prov. Lampung pada tahun 2024 selama 40 hari. Penulis juga mengikuti program MBKM di Toyota Auto2000 Wayhalim Bandar Lampung di Divisi Admin *Body Painting* (BP) selama 5 bulan, terhitung sejak Februari-Juli 2024.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya.”

☪ QS. Al-Baqarah: 286 ☪

“Kondisi yang sulit membentuk pribadi yang kuat, pribadi yang kuat menciptakan kondisi yang baik, kondisi yang terlalu baik menciptakan pribadi yang lemah.”

☪ Penulis ☪

“Nikmati proses hidup dengan orang-orang terdekat kita, karena selama-lamanya kita berkumpul, lebih lama kita akan berpisah.”

☪ Mamah ☪

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat, berkah, dan hidayah Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, karya sederhana ini
Saya persembahkan kepada:

Kedua Orang Tuaku Tercinta,

Bapak Ahmadi dan Almh. Ibu Minaryati

Pengorbanan, dukungan dan doa yang selalu dipanjatkan untuk anak-anaknya. Memberikan pelajaran, pengalaman, kasih sayang, dan motivasi selama merawat penulis sehingga penulis bisa mencapai titik saat ini. Terima kasih mama dan papa, karena berhasil menunjukan pada dunia bahwa anaknya bisa menjadi sarjana

Kakak-kakakku Tersayang

Terima kasih telah memberikan doa dan dukungan dalam setiap proses hidupku, saling melindungi dan berkorban satu sama lain untuk mencapai kebahagiaan bersama.

Keluarga Besar dan Sahabat-sahabat Terbaikku

Dosen Pembimbing dan Penguji yang sangat berjasa, serta seluruh dosen yang telah membantu, mengarahkan, dan membagi ilmunya untuk bekal di masa depan

Almamater Tercinta dan Kebanggaanku

Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillah, Puji dan syukur kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi yang diangkat Penulis dengan judul “**Pengaruh Pengalaman Magang, Personal Branding di Sosial Media, dan Locus of Control Terhadap Kesiapan Kerja Generasi Z di Bandar Lampung**” disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan degala kerendahan hati Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
2. Bapak Prof. Dr. Noverman Duadji, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung;
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung;
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung;
5. Bapak Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung;

6. Bapak Prasetya Nugeraha, S.A.B., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung;
7. Ibu Dr. Jeni Wulandari, S.A.B., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama yang sangat baik kepada Penulis karena telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan selalu memberikan semangat. Terima kasih Bu, telah membimbing penulis dengan sabar, memberikan banyak masukan, saran, motivasi, dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga Ibu senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT. dan selalu diberikan kesehatan, umur yang panjang, serta kebahagiaan bagi Ibu dan keluarga;
8. Ibu Hani Damayanti Aprilia, S.A.B., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Pembantu yang telah bersedia meluangkan waktunya, memberikan bimbingan, semangat, motivasi, nasihat, dan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga Ibu selalu dalam lindungan Allah SWT. diberikan kesehatan, keberkahan, dan kemudahan dalam setiap langkah Ibu;
9. Bapak Dr. Maulana Agung P, S.Sos., M.AB., selaku Dosen Penguji Utama yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan arahan, saran, kritik, dan ilmu pengetahuan kepada penulis agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih Pak, semoga Bapak diberikan kesehatan selalu dan berada dalam lindungan Allah SWT.;
10. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu, nasihat, dan motivasi selama perkuliahan;
11. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, yang telah memberikan banyak ilmu, bimbingan, dan nasihat selama masa perkuliahan;
12. Seluruh Staf Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, atas bantuan dan arahan selama masa perkuliahan dan proses pengerjaan skripsi.;
13. Kepada kedua orang tuaku, terkhusus untuk almarhumah mama yang penulis harap dapat melihat dari surganya Allah SWT, bahwa anaknya yang dirawat dengan penuh kasih sayang, diajarkan tentang baik buruknya dunia, dan diberi

harapan untuk menjadi kebanggaan keluarga, mampu mewujudkan salah satu mimpi dan wasiat nya untuk mengangkat derajat keluarga dengan menjadi seorang sarjana. Meskipun prosesnya cukup sulit tanpa kehadiran sosok ibu yang menemani, namun aku yakin mama pasti tetap mendoakan dan melihatku dari atas sana, Al-fathihah. Kemudian untuk papa, terima kasih selalu mendukungku dan membimbingku dalam menjalani proses hidup yang cukup sulit ini. Pengorbanan dan kasih sayang yang mungkin tak terlihat oleh anak-anaknya, semoga membuahkan hasil yang indah di kemudian hari.;

14. Kedua Kakakku, Ramadhan dan Radika. Terima kasih telah mendukung dan membantu adik kecilmu ini dalam proses hidupnya. Pengorbanan, dan dukungan materiil maupun non materiil yang terus diberikan kepadaku untuk dapat mencapai cita-cita semoga mendapatkan ganjaran yang setimpal untuk kalian. Semoga kelak kita akan berdiri bertiga bersama dalam puncak kesuksesan kita bersama.;
15. Bibiku, Ibu Yunarmiati. Terima kasih doa, dukungan, dan nasihatnya dalam masa-masa di mana penulis membutuhkan sosok ibu. Dukungan tersebut menjadi salah satu pendorong bagi penulis untuk melewati masa-masa kehilangan tersebut.;
16. Khauliyah Risa Rahmani. Sebagai seseorang yang memberikan motivasi, dukungan, dan doa yang tulus kepada penulis agar penulis dapat yakin kepada diri sendiri dalam proses pengerjaan skripsi ini. Seseorang yang memberikan perhatian yang tulus kepada penulis, penyemangat bagi penulis dalam setiap proses hidup yang sulit bagi penulis. Seseorang yang selalu percaya kepada penulis dan kehadirannya memberikan arti baru bagi penulis. Semoga kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik. Semoga urusanmu dilancarkan, berhasil mencapai segala impian, dan selalu diberikan kebahagiaan.;
17. Sahabat penulis selama perkuliahan (PO), Defa, Fathan, Rafi, Dura, Bestyan, Aria, Amin. Terima kasih telah menjadi teman terbaik selama masa kuliah, yang telah menjadi teman seperjuangan dalam berbagai kondisi mulai dari lembur tugas hingga tawa tak berkesudahan di tengah tekanan skripsi. Terima kasih atas semangat, kekompakan, dan candaan-candaan receh yang justru

sering kali menjadi penyelamat di saat penat. Semoga segala perjuangan kita selama ini berbuah manis, dan semoga suatu hari nanti kita bisa bertemu kembali dalam suasana yang lebih santai dengan cerita sukses masing-masing.

18. Teman-teman kepengurusan HMJ Bisnis tahun kepengurusan 2023 (Supernova). Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan kerja samanya selama menjalankan amanah organisasi; dari rapat panjang yang sering diselingi tawa, hingga program kerja yang menguras tenaga tapi penuh makna. Kehadiran kalian tidak hanya menambah warna dalam masa studi, tetapi juga mengajarkan arti tanggung jawab, solidaritas, dan bertumbuh bersama.
19. Teman-teman seperjuangan, ABINILA 2021. Terima kasih telah kebersamaian selama masa perkuliahan ini. Semoga kita semua bisa menjadi orang yang sukses dan berhasil di masa depan;
20. Semua teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu, memberikan semangat, dan do'anya baik secara langsung, tertulis, dan tersirat;
21. Dan yang terakhir, untuk diri penulis sendiri, Faiq Tadjidan Mahdi. Terima kasih karena telah memilih untuk terus melangkah meski tidak selalu mudah, tetap mencoba meski ragu, dan bertahan di saat-saat ketika menyerah tampak lebih sederhana. Terima kasih telah belajar menerima proses, menghadapi ketidakpastian, dan tumbuh dalam perjalanan ini. Skripsi ini mungkin bukan akhir dari perjuangan, tapi cukup untuk membuktikan bahwa saya bisa, dan akan terus bisa.

Semoga bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Bandar Lampung, 30 Juli 2025

Faiq Tadjidan Mahdi
NPM. 2116051093

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR RUMUS	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Perilaku Organisasi.....	11
2.1.1 Definisi Perilaku Organisasi	11
2.1.2 Faktor yang Memengaruhi Perilaku Organisasi	12
2.1.3 Tingkatan Perilaku Organisasi.....	13
2.1.4 Model Perilaku Organisasi	14
2.2 <i>Social Cognitive Career Theory (SCCT)</i>	15
2.2.1 Definisi <i>Social Cognitive Career Theory</i>	15
2.2.2 Konsep Utama <i>Social Cognitive Career Theory</i>	17
2.3 Kesiapan Kerja	18
2.3.1 Definisi Kesiapan Kerja.....	18
2.3.2 Faktor yang Memengaruhi Kesiapan Kerja	19
2.3.3 Indikator Kesiapan Kerja.....	20
2.4 Pengalaman Magang.....	21
2.4.1 Definisi Pengalaman Magang.....	21
2.4.2 Indikator Pengalaman Magang	22

2.5	<i>Personal Branding</i>	25
2.5.1	Definisi <i>Personal Branding</i>	25
2.5.2	Indikator <i>Personal Branding</i>	26
2.6	<i>Locus of Control</i>	28
2.6.1	Definisi <i>Locus of Control (LoC)</i>	28
2.6.2	Dimensi <i>Locus of Control</i>	29
2.7	Penelitian Terdahulu	31
2.8	Kerangka Pemikiran	35
2.9	Hipotesis Penelitian	38
III.	METODE PENELITIAN	40
3.1	Jenis Penelitian	40
3.2	Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1	Populasi.....	40
3.2.2	Sampel	41
3.3	Sumber Data	42
3.3.1	Data Primer	42
3.3.2	Data Sekunder.....	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
3.5	Skala Pengukuran	43
3.6	Variabel Penelitian	44
3.6.1	Definisi Konseptual	45
3.6.2	Definisi Operasional	45
3.7	Uji Instrumen.....	52
3.7.1	Uji Validitas.....	52
3.7.2	Uji Reliabilitas	54
3.8	Teknik Analisis Data	55
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	56
3.9	Uji Asumsi Klasik	57
3.9.1	Uji Normalitas	57
3.9.2	Uji Multikolinearitas.....	58
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	58
3.9.4	Analisis Regresi Linear Berganda	58
3.10	Pengujian Hipotesis	59

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)	59
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	60
3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	61
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	66
4.2.1 Pengumpulan Data Penelitian.....	66
4.2.2 Karakteristik Responden.....	66
4.2.3 Distribusi Jawaban Responden	71
4.3 Analisis Uji Asumsi Klasik	84
4.4 Analisis Uji Regresi Linear Berganda	88
4.5 Hasil Uji Hipotesis	90
4.6 Pembahasan	93
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Simpulan.....	105
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Empat Komponen Karakteristik Generasi Z	2
Gambar 1. 2 Survei Penggunaan Media Sosial	5
Gambar 1. 3 Data Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Provinsi Lampung	8
Gambar 2. 1 Model Perilaku Organisasi	14
Gambar 2. 2 Dimensi <i>Personal Branding</i> menurut McNally & Speak (2010).....	27
Gambar 2. 3 Skema Kerangka Pikir.....	38
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	66
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	67
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	68
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.	68
Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	69
Gambar 4. 6 Responden Berdasarkan Lama Pengalaman Magang.	70
Gambar 4. 7 Responden Berdasarkan Profil LinkedIn.	71
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	85
Gambar 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.	87
Gambar 4. 10. Contoh Profil LinkedIn yang Menunjukkan Profesionalisme	97
Gambar 4. 11. Contoh Fitur yang Ditampilkan Pada Profil LinkedIn	99

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Penduduk Gen Z Provinsi Lampung 2023	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Data Penduduk Bandar Lampung Berdasarkan Umur Termasuk Generasi Z Tahun 2024	41
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert	44
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 3. 6 Petunjuk Interpretasi Koefisien Korelasi	61
Tabel 4. 1 Interpretasi Skala Jawaban Responden	72
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Variabel Pengalaman Magang	72
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Personal Branding</i>	76
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Locus of Control</i>	78
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Variabel Kesiapan Kerja	81
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	85
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel 4. 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	88
Tabel 4. 6 Hasil Uji Parsial (t)	91
Tabel 4. 7 Hasil Uji Simultan (F)	92
Tabel 4. 8 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	93

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	42
Rumus 3. 2 Uji Validitas.....	52
Rumus 3. 3 Uji Reliabilitas	54
Rumus 3. 4 Nilai Rata-rata.....	56
Rumus 3. 5 Nilai Tengah	57
Rumus 3. 6 Nilai Modus	57
Rumus 3. 7 Regresi Linear Berganda	59
Rumus 3. 8 Uji Parsial (Uji t)	60
Rumus 3. 9 Uji Simultan (Uji F).....	60
Rumus 4. 1 Rumus Interval kelas	72

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner	119
Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden	127
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	146
Lampiran 4. Analisis Distribusi Frekuensi Variabel.....	149
Lampiran 5. Uji Instrumen.....	150
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik	154
Lampiran 7. Analisis Regresi Linear Berganda	156
Lampiran 8. Tabel t, Tabel F, Tabel r	158
Lampiran 9. Dokumentasi Pengumpulan Data	161

I. PENDAHULUAN

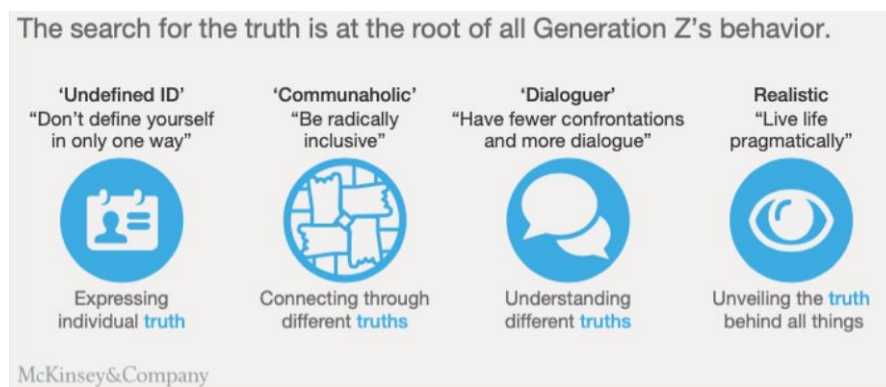
1.1 Latar Belakang

Lingkungan bisnis saat ini mengalami evolusi yang pesat dan menimbulkan persaingan yang baru dalam pengelolaan karyawan (Malau *et al.*, 2024). Dengan adanya tuntutan tersebut, karyawan yang diharapkan oleh perusahaan pada saat ini tidak hanya tenaga kerja yang terbentuk dan dicapai melalui pendidikan, melainkan melalui proses pelatihan keterampilan yang bermutu untuk mendukung kinerja karyawan nantinya, serta karyawan yang memiliki inovasi dan rasa kepedulian sekitar yang tinggi (ILO, 2021). Menurut data statistik oleh ILO (*International Labour Organization*), pada bulan Mei 2024 tingkat pengangguran di dunia masih mencapai angka 16,5% dengan 12,8% merupakan pekerja muda dengan rentang umur 15-25 tahun. Hal ini menunjukkan kurangnya kesiapan calon pekerja secara global dalam menghadapi persaingan kualitas saat ini. Kesiapan kerja diartikan bukan hanya kemampuan dalam melakukan kegiatan praktis, melainkan mencakup kesiapan mental, kemampuan adaptasi lingkungan, dan motivasi intrinsik dalam melakukan suatu pekerjaan (Chairunissa & Rahmayanti, 2023).

Persaingan kesiapan kerja ini menjadi tantangan bagi generasi saat yang menjadi angkatan kerja yaitu Generasi X, Y, dan Generasi Z. Generasi X adalah kelompok yang lahir antara tahun 1965 hingga 1980, Generasi Y (*Millennials*) adalah kelompok yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, dan Generasi Z adalah kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Fajriyanti *et al.*, 2023), generasi ini yang saat ini sedang menjadi angkatan kerja utama di dunia. Sejalan dengan pendapat Deloitte yang dikutip oleh Sakitri (2021), bahwa Generasi Z akan memenuhi lebih dari 20% tenaga kerja dalam organisasi dalam kurun waktu empat tahun mendatang.

Memasuki era angkatan kerja yang akan didominasi oleh Generasi Z, hal ini mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengenal dan beradaptasi dengan karakteristik Generasi Z. Generasi yang lahir pada era perkembangan teknologi yang serba canggih, membuat mereka mahir dalam memanfaatkan teknologi namun juga ketergantungan (Lubis & Hanayani, 2023). Intensitas penggunaan teknologi seperti *smartphone*, media sosial, dan internet dalam mengakses informasi pada Generasi Z sudah sangat tinggi hingga membentuk kebiasaan sehari-hari (Nasution, 2020). Teknologi yang selalu dimanfaatkan oleh Generasi Z tanpa sadar juga membentuk kepribadian Generasi Z yang dinilai berbeda dengan generasi sebelumnya.

Menurut artikel yang dikutip oleh Nasution (2020), Generasi Z diidentifikasi sebagai generasi yang memiliki konektivitas global yang tinggi. Mereka juga dikenal fleksibel dan toleran terhadap berbagai perbedaan budaya serta mampu mengambil keputusan dengan cepat. Namun, Generasi Z cenderung memiliki kelemahan dalam mengendalikan emosi, seperti mudah meledak-ledak, sehingga cara mereka dalam bermain dan belajar pun menggunakan pendekatan yang berbeda dari generasi sebelumnya.



Gambar 1. 1 Empat Komponen Karakteristik Generasi Z.

Sumber: www.mckinsey.com (2018)

Pada gambar 1.1 diatas perilaku Generasi Z dapat dikelompokkan ke dalam empat komponen besar yang berlandas pada satu fondasi yang kuat bahwa generasi Z adalah generasi yang mencari akan suatu kebenaran (*Undefined ID*, *Communaholic*, *Dialoguer*, *Realistic*) (Sakitri, 2021). Pertama, sebagai *Undefined*

ID mereka lebih menghargai ekspresi setiap individu tanpa memberikan label atas keunikan yang orang lain miliki. Kedua, sebagai *Communaholic* mereka menunjukkan penerimaan terhadap banyak individu dan tertarik untuk terlibat dalam komunitas untuk memanfaatkan teknologi dalam memberikan manfaat bagi orang lain. Ketiga, sebagai *Dialoguer* mereka terbuka dengan berbagai ide dan meyakini bahwa pentingnya dialog dalam penyelesaian konflik. Terakhir, sebagai *Realistic* menunjukkan mereka generasi yang cenderung realistis dan memerlukan analisis dalam pengambilan keputusan.

Gazali (2019) dalam bukunya menjelaskan karakteristik Generasi Z secara sederhana menjadi 8 karakteristik, seperti Generasi Z mampu mengerjakan beberapa pekerjaan secara bersamaan (*Multi tasking*), memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi, terbuka dan mudah penasaran terhadap hal-hal baru, generasi yang lebih menikmati *audio* dan *visual* dibanding teks, sosok yang kreatif, sosok yang tidak mudah puas dan selalu mencoba berinovasi, kritis terhadap sesuatu, dan menikmati kolaborasi dalam memecahkan masalah. Adapun Berdasarkan Deloitte Global 2023 Gen Z and Millennial Survey (2023), karakteristik yang didapatkan dari Generasi Z yaitu, Generasi Z mengutamakan keseimbangan hidup dan kerja serta fleksibilitas seperti sistem kerja *remote* atau *hybrid*. Mereka menghadapi tekanan ekonomi, banyak yang hidup dari gaji ke gaji dan mencari penghasilan tambahan. Generasi ini juga peduli pada isu sosial dan lingkungan, serta cenderung memilih pekerjaan yang sesuai dengan nilai pribadi. Tingginya tingkat stres dan kelelahan kerja membuat mereka mengharapakan lingkungan kerja yang peduli terhadap kesehatan mental dan lebih inklusif.

Meski terdapat banyak stereotip terkait karakter mereka, Generasi Z justru dikenal sebagai individu yang mampu berdiri sendiri dalam mencukupi kebutuhan, baik secara materi maupun dalam hal pencarian informasi (Arum *et al.*, 2023). Tantangan terbesar bagi Generasi Z saat ini adalah bagaimana mereka dapat menjembatani kesenjangan antara harapan mereka yang tinggi dengan realitas dalam pemenuhan kebutuhan mereka dimasa depan, termasuk dunia kerja yang sering kali tidak sesuai dengan ekspektasi mereka (Arum *et al.*, 2023). Generasi Z

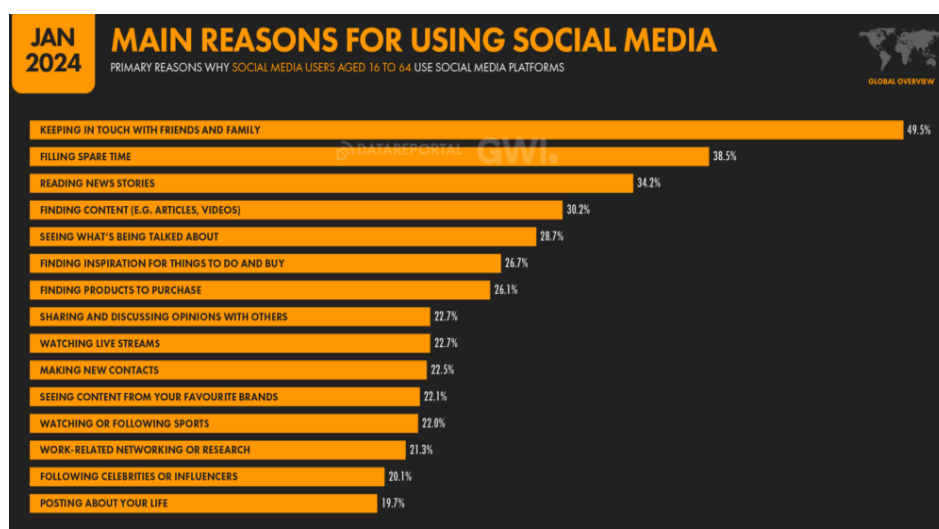
yang saat ini maupun kedepannya akan memasuki dunia kerja perlu membangun yang namanya kesiapan kerja. Suyanto (2020) mendefinisikan kesiapan kerja sebagai kesiapan individu dalam hal pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk menghadapi tantangan di dunia kerja. Wijaya & Hidayat (2019) menekankan bahwa kesiapan kerja pada Generasi Z juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam menghadapi tekanan dan menyelesaikan masalah secara kreatif. Para pekerja yang kurang dalam membangun kesiapan kerja rentan terhadap tekanan dan beban pekerjaan nantinya (Syaila, 2017).

Kesiapan kerja seseorang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya pengalaman praktik, nilai-nilai pribadi, serta keterampilan yang dimiliki. Faktor-faktor tersebut mencakup baik aspek internal, seperti motivasi dan kepercayaan diri, maupun aspek eksternal, seperti dukungan lingkungan dan kesempatan yang tersedia (Muspawi & Lestari, 2020). Selain itu, Sholikhah (2021) menambahkan bahwa faktor sosial seperti hubungan interpersonal, serta faktor psikologis seperti stabilitas emosi dan kematangan mental, juga memainkan peran penting dalam membentuk kesiapan kerja individu. Dengan demikian, kesiapan kerja tidak hanya bergantung pada kemampuan teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek sosial dan psikologis yang mendukung perkembangan kedewasaan seseorang.

Hasibuan (2024) melalui survei oleh Intelligent, *platform* konsultasi pendidikan dan karier menunjukkan bahwa enam dari sepuluh perusahaan yang disurvei telah memecat lulusan universitas yang baru saja direkrut dengan salah satu alasan komunikasi yang buruk, kurangnya profesionalisme, dan kemampuan berorganisasi yang buruk. Hal ini menunjukkan kurangnya pengalaman kerja sebagai salah satu faktor yang memengaruhi kesiapan kerja. Pengalaman adalah pengetahuan atau keterampilan yang selama ini didominasi oleh pembelajaran yang diperoleh dengan sengaja atau tidak disengaja (Gohae, 2020). Pengalaman magang dapat menunjang Generasi Z untuk memasuki dunia kerja karena dengan mengikuti magang seseorang dapat memperoleh ilmu dasar dalam bekerja sehingga memudahkan dalam proses adaptasi pekerjaan.

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Simanungkalit *et al.*, (2024) dengan hasil uji hipotesis bahwa pengalaman magang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja pada mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengalaman magang memberikan kontribusi penting dalam membangun kompetensi praktis calon pekerja. Dengan demikian, mahasiswa yang telah menjalani program magang cenderung lebih percaya diri dan siap menghadapi tantangan dunia kerja. Selain penelitian tersebut, beberapa penelitian terdahulu (Romadoni *et al.*, 2023; Mustari, 2021; Nugroho *et al.*, 2020) menggunakan batasan yang sama pada objek penelitian yaitu mahasiswa atau siswa Sekolah Menengah Kejuruan, sedangkan peneliti menggunakan batasan penelitian yang lebih luas yaitu Generasi Z yang pernah mengikuti program magang.

Selain pengalaman magang, faktor lain yang dapat memengaruhi kesiapan kerja adalah nilai-nilai dan keterampilan. Pada zaman 4.0 di mana perkembangan teknologi digital yang berkembang pesat, salah satu cara bagi seseorang untuk menunjukkan nilai-nilai dan keterampilan yang dimiliki adalah melalui sosial media atau yang disebut juga dengan *personal branding*. Menurut Judijanto *et al.*, (2024) *personal branding* yang efektif di media sosial memungkinkan individu untuk menampilkan keahlian, minat, dan nilai-nilai pribadi yang relevan dengan bidang karier yang diinginkan, sehingga meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja.



Gambar 1. 2 Survei Penggunaan Media Sosial.

Sumber: www.wearesocial.com (2024)

Survei yang dilakukan oleh *We Are Social* (2024) pada gambar 1.2 menunjukkan penggunaan media sosial secara global mencerminkan peran penting *platform* ini dalam pembentukan *personal branding*. Alasan seperti *work-related networking or research* dengan persentase 21,3% dan *posting about your life* sebesar 19,7% menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana interaksi sosial, tetapi juga sebagai alat strategis untuk membangun citra diri yang mendukung pengembangan karier. Berdasarkan data tersebut, *personal branding* melalui media sosial dapat berkontribusi signifikan terhadap kesiapan kerja, karena individu mampu memperluas jaringan profesional, menunjukkan kompetensi, serta menciptakan kesan positif yang relevan dengan dunia kerja.

Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu oleh Wibowo & Rimawati (2024) dengan hasil hipotesis bahwa *soft skill* dan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai sarana untuk membangun citra diri dapat memudahkan seseorang untuk mendapatkan pekerjaan. Akan tetapi, penggunaan variabel *personal branding* pada beberapa peneliti terdahulu (Indah, 2020; Siregar, 2020; Azmi *et al.*, 2023) lebih banyak membahas pada konteks pemasaran atau kewirausahaan, sedangkan peneliti mencoba menggunakan variabel *personal branding* pada konteks kesiapan kerja.

Kesiapan kerja juga dapat didukung dengan faktor pendukung seperti faktor psikologis yaitu *locus of control*. Menurut Kırdök & Harman (2018), *locus of control* adalah hasil dari suatu faktor yang menunjukkan apakah seseorang merasa hasil dari tindakannya ditentukan oleh dirinya sendiri atau oleh orang lain maupun kehendak luar lainnya. Pemahaman atas *locus of control* terbagi menjadi seseorang yang berorientasi bahwa tindakan atau keputusan yang dilakukan oleh dirinya bertanggung jawab pada kendali atas segala peristiwa terjadi pada dirinya atau dapat disebut sebagai *Internal Locus of Control* (ILOc), sedangkan dalam pemahaman *Eksternal Locus of Control* (ELOc) meyakini suatu peristiwa yang terjadi karena faktor yang tidak dapat dikontrol oleh dirinya. Oleh karena itu, seseorang dengan pemahaman ILOc biasanya memiliki kesadaran diri dalam

membangun kemampuan diri dan strategi yang logis dalam upaya menghadapi masalah maupun membangun jejak kariernya (Fitrayansyah *et al.*, 2022).

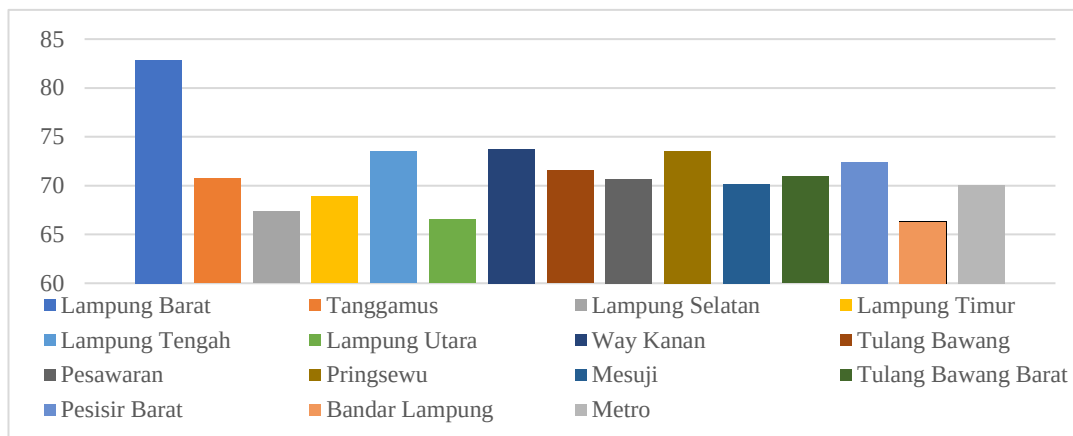
Hal ini diperkuat penelitian terdahulu oleh Hidayatulloh *et al.*, (2021) dengan hasil uji hipotesis bahwa *locus of control* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja siswa SMK YPM 8 Sidoarjo. Namun, beberapa penelitian terdahulu menggunakan batasan objek penelitian siswa Sekolah Menengah Kejuruan dan mahasiswa (Setiawan & Yusnaini, 2021; Djunaedi, 2022; Simanungkalit, 2024, dst). Batasan tersebut menjadi alasan penulis untuk menggunakan objek penelitian Generasi Z selain karena masih minimnya literatur terkait objek tersebut.

Tabel 1. 1 Data Penduduk Gen Z Kota Bandar Lampung 2024

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur (Jiwa) 2024
10-14	99.847
15-19	86.041
20-24	86.220
25-29	84.033
Total	356.141
Jumlah penduduk	1.214.330

Sumber : Website Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung (2024)

Pada penelitian ini peneliti tertarik mengambil Generasi Z di Provinsi Lampung, khususnya Kota Bandar Lampung untuk dijadikan sebagai objek penelitian tentang kesiapan kerja. Sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang sedang mengalami perkembangan perekonomian, permintaan terhadap tenaga kerja yang terampil dan siap kerja pada Provinsi Lampung juga meningkat, terutama pada Kota Bandar Lampung sebagai ibu kota. Menurut catatan Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandar Lampung, pada tahun 2024 jumlah penduduk Generasi Z yang memasuki usia kerja dengan rentang usia 15-29 tahun di Kota Bandar Lampung mencapai jumlah 256.294 jiwa, atau sekitar 21% dari jumlah penduduk Kota Bandar Lampung. Angka ini menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja Generasi Z saat ini mulai memasuki perusahaan-perusahaan di Kota Bandar Lampung.



Gambar 1.3 Data Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Provinsi Lampung

Sumber : Website Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung (2024)

Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Kota Bandar Lampung menurut catatan BPS Kota Bandar Lampung tahun 2024 menunjukkan angka 66,25 %. TPAK adalah presentase banyaknya jumlah angkatan kerja terhadap jumlah penduduk usia kerja. Hal ini menunjukkan bahwa di Kota Bandar Lampung saat ini masih terdapat 43,75% penduduk yang tidak memiliki atau melakukan aktivitas ekonomi dalam hal ini adalah bekerja atau mencari pekerjaan, mengindikasikan adanya potensi tenaga kerja menganggur atau tidak siap kerja. Data pada gambar 1.3 juga menunjukkan bahwa Kota Bandar Lampung menjadi kota dengan presentase TPAK terendah di Provinsi Lampung, didukung oleh data TPAK Provinsi Lampung yang menunjukkan presentase 59,16 % untuk rentang usia 15-29 tahun. Data tersebut menunjukkan bahwa belum terserapnya tenaga kerja muda di Kota Bandar Lampung yang mengindikasikan potensi kurangnya kesiapan kerja calon tenaga kerja muda di Bandar Lampung sehingga penting untuk diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas dan masih adanya keterbatasan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu terkait pengaruh variabel pengalaman magang, *personal branding* di sosial media, dan *locus of control* terhadap kesiapan kerja. Maka, hal tersebut yang menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengalaman Magang, Personal Branding di Sosial Media, dan Locus of Control terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengalaman magang berpengaruh secara parsial terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung?
2. Apakah *personal branding* di sosial media berpengaruh secara parsial terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung?
3. Apakah *Locus of Control* berpengaruh secara parsial terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung?
4. Apakah pengalaman magang, *personal branding* di sosial media, dan *locus of control* berpengaruh secara simultan terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa masalah yang telah dirumuskan, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman magang secara parsial terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh *personal branding* di sosial media secara parsial terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh *locus of control* secara parsial terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman magang, *personal branding* di sosial media dan *locus of control* secara simultan terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan peneliti, diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan ilmu Perilaku Organisasi dengan menganalisis pengaruh pengalaman magang, *personal*

branding, dan *locus of control* terhadap kesiapan kerja Generasi Z. Hasilnya diharapkan memperkaya literatur akademik, menjadi referensi bagi akademisi dan praktisi, serta membantu institusi pendidikan merancang program yang relevan untuk mendukung kompetensi kerja mahasiswa sesuai kebutuhan dunia kerja.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat bagi berbagai pihak, mulai dari perusahaan hingga Generasi Z dan peneliti selanjutnya. Bagi perusahaan, temuan penelitian dapat menjadi dasar untuk menyusun strategi rekrutmen dan pengembangan karyawan yang lebih tepat sasaran, terutama dengan mempertimbangkan peran pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control* dalam meningkatkan kesiapan kerja Generasi Z. Bagi Generasi Z sendiri, hasil penelitian ini bisa dijadikan panduan praktis untuk memaksimalkan peluang magang, membangun citra diri yang kuat di media sosial, serta mengelola pola pikir dalam menghadapi dinamika dunia kerja. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk studi terkait faktor-faktor yang memengaruhi kesiapan kerja Generasi Z.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Organisasi

2.1.1 Definisi Perilaku Organisasi

Perilaku organisasi adalah bidang studi yang mempelajari dampak individu, kelompok, dan struktur terhadap perilaku dalam organisasi untuk tujuan menerapkan pengetahuan tersebut untuk meningkatkan efektivitas organisasi (Robbins *et al.*, 2015). Perilaku organisasi merupakan suatu multi disiplin ilmu, untuk mengetahui perilaku orang dalam organisasi, baik secara perorangan, kelompok, organisasi dan struktur yang saling berinteraksi untuk memperbaiki produktivitas dan efektivitas organisasi. Menurut Mulyadi (2015) perilaku organisasi merupakan penerapan pengetahuan dan pemahaman tentang cara individu berperilaku dalam suatu organisasi.

Wijaya (2017) mengartikan perilaku organisasi sebagai suatu studi tentang apa yang orang pikirkan, rasakan, dan lakukan di dalam dan di sekitar organisasi. Perilaku organisasi adalah suatu bidang studi terapan yang mempelajari perilaku manusia di dalam organisasi, baik dalam kapasitasnya sebagai individu, maupun kelompok, dan hubungan antara manusia dengan dimensi organisasi dan lingkungan organisasi dalam rangka untuk meningkatkan efektivitas organisasi (Sobirin, 2019). Dari beberapa definisi tersebut disimpulkan bahwa perilaku organisasi adalah bidang studi yang mempelajari, memahami, dan mengelola perilaku individu dan kelompok dalam organisasi mencakup pemahaman tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan individu di dalam dan sekitar organisasi untuk meningkatkan efektivitas organisasi dan pengembangan individu.

Dalam penelitian ini, teori perilaku organisasi digunakan untuk menjelaskan hubungan antara pengalaman magang, *personal branding* di media sosial, dan *locus of control* terhadap kesiapan kerja Generasi Z. Perspektif perilaku organisasi memungkinkan analisis yang mendalam tentang bagaimana faktor-faktor individu (*personal branding* dan *locus of control*) serta faktor pengalaman (magang) saling memengaruhi untuk menciptakan individu yang siap memasuki dunia kerja. Penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya pendekatan menyeluruh dalam memahami kesiapan kerja, yang mencakup aspek-aspek kognitif, emosional, dan sosial.

2.1.2 Faktor yang Memengaruhi Perilaku Organisasi

Menurut Subekhi & Jauhar yang dikutip oleh Rajagukguk (2017) ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi perilaku dalam organisasi:

1. Peningkatan Kepuasan Kerja
Peningkatan kepuasan kerja memengaruhi perilaku individu dalam organisasi. Kepuasan kerja suatu individu dipengaruhi oleh hak-hak yang mereka dapatkan atas pekerjaan yang telah dilaksanakan.
2. Pengurangan Kealpaan (Absensi)
Tindakan tidak masuk kerja yang dilakukan oleh individu terhadap organisasi atau perusahaan berpengaruh negatif terhadap efektifitas dan efisiensi kerja suatu organisasi.
3. Penurunan *Turn Over*
Turn over yang dimaksud di sini adalah pengunduran diri para pekerja atau anggota dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Yang berpengaruh terhadap perilaku organisasi/perusahaan tersebut.
4. Peningkatan Produktivitas
Suatu organisasi dinyatakan produktif jika mampu mencapai tujuannya dengan baik dan sesuai dengan target yang telah dilaksanakan. Baik target waktu, biaya, dan hasil. Produktivitas dalam organisasi ini dapat memengaruhi perilaku organisasi di mana produktivitas itu berkaitan dengan efisiensi dan efektivitas kinerja.

2.1.3 Tingkatan Perilaku Organisasi

Studi dalam perilaku organisasi dapat dianalisis dalam tiga tingkatan analisis. Menurut Sobirin (2019) tiga tingkatan analisis perilaku organisasi yaitu tingkat individu, kelompok, dan organisasi. Dengan menggunakan ketiga tingkatan tersebut dapat menganalisis setiap kejadian yang berkaitan dengan organisasi.

1. Tingkat Individual

Pada tingkat individual, setiap kejadian akan dianalisis berdasarkan perilaku individu. Setiap individu yang masuk ke dalam suatu organisasi membawa kepribadian, nilai, dan sikap yang berbeda. Maka diperlukan pendekatan secara individu yang dilakukan untuk merespon kejadian yang terjadi.

2. Tingkat kelompok

Kelompok pada dasarnya adalah kumpulan dari beberapa individu yang cenderung memiliki kesamaan pada nilai tertentu. Namun bukan berarti perilaku pada kelompok dapat disamakan dengan perilaku yang ada pada individu. Kelompok memiliki nilai atau norma bersama yang dibentuk dan dibangun bersama atas dasar kompromi perbedaan individu dalam kelompok dan menjadi identitas kelompok tersebut, mereka cenderung akan menolak identitas kelompok lain dan mempertahankan identitas kelompoknya.

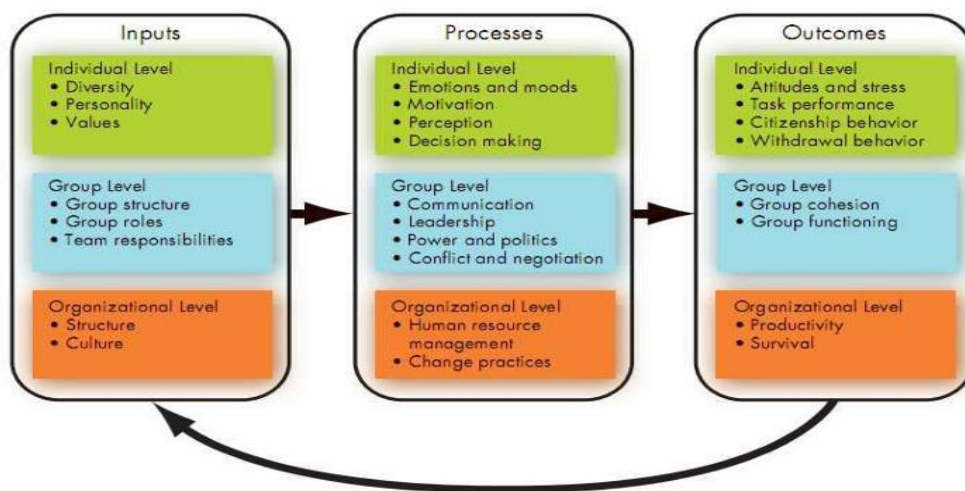
3. Tingkat organisasi

Sama halnya seperti kelompok, organisasi terdiri dari beberapa individu yang memiliki tujuan yang sama. Pada tahap organisasi, setiap kejadian akan dianalisis melalui dimensi organisasi seperti struktur, budaya, dan desain organisasi. dimensi tersebut akan memengaruhi perilaku individu di dalam organisasi yang akan memengaruhi perilaku kelompok, dan secara keseluruhan akan memengaruhi perilaku organisasi.

Berdasarkan ketiga tingkatan diatas, maka dapat diketahui bahwa pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control* merupakan bagian dari nilai dan sikap individu sehingga masuk ke dalam analisis tingkatan individu. Kesiapan kerja dapat memengaruhi proses berjalannya organisasi sehingga termasuk ke dalam analisis tingkatan organisasi.

2.1.4 Model Perilaku Organisasi

Menurut Robbins & Judge (2018), terdapat tiga jenis model dalam perilaku organisasi, yaitu *inputs*, *processes*, dan *outcomes*, yang dianalisis pada tiga tingkat, yaitu individu, kelompok, dan organisasi. Model ini menggambarkan bahwa *inputs* berkontribusi pada *processes*, yang pada gilirannya menghasilkan *outcomes*. Selain itu, terdapat hubungan timbal balik di setiap tingkat analisis. Model ini juga menekankan bahwa hasil yang diperoleh dapat memengaruhi dan memberikan masukan bagi perkembangan organisasi di masa mendatang. Model tersebut secara sederhana digambarkan pada gambar 2.1 berikut.



Gambar 2. 1 Model Perilaku Organisasi.

Sumber : Robbins & Judge (2018)

Berikut penjelasan dari masing-masing model dalam model perilaku organisasi yaitu:

- Inputs* merujuk pada faktor-faktor yang menjadi dasar sebelum terjadinya interaksi dalam organisasi. Pada level individu, *inputs* mencakup karakteristik seperti kepribadian, nilai-nilai pribadi, dan perbedaan individu. Di tingkat kelompok, *inputs* meliputi tanggung jawab tim, struktur peran dan kelompok. Sementara pada level organisasi, *inputs* terdiri dari budaya, dan struktur hierarki organisasi. Faktor-faktor ini menjadi fondasi yang memengaruhi cara anggota organisasi bertindak dan merespon situasi (Robbins & Judge, 2018).

- b. *Processes* adalah mekanisme yang mengubah *inputs* menjadi hasil melalui serangkaian aktivitas. Pada level individu, *processes* mencakup pengambilan keputusan, persepsi individu, motivasi, dan emosi. Pada tingkat kelompok, *processes* melibatkan komunikasi, resolusi konflik, kepemimpinan informal, dan pembagian tanggung jawab. Sementara di tahap organisasi, *processes* mencakup alur komunikasi formal, dan pengelolaan sumber daya. *Processes* ini menentukan bagaimana *inputs* diolah untuk mencapai tujuan, misalnya bagaimana motivasi individu (*inputs*) diarahkan melalui kepemimpinan (*processes*) untuk meningkatkan kolaborasi tim (Robbins & Judge, 2018).
- c. *Outcomes* adalah hasil akhir yang dicapai dari interaksi *inputs* dan *processes*. Pada level individu, *outcomes* meliputi kepuasan kerja, produktivitas, loyalitas karyawan, dan kesejahteraan psikologis. Di tingkat kelompok, *outcomes* terlihat dari kohesivitas tim, efektivitas kolaborasi, dan pencapaian tujuan bersama. Sementara di level organisasi, *outcomes* mencakup profitabilitas, inovasi, reputasi, dan keberlanjutan jangka panjang. Contohnya, budaya organisasi yang inklusif (*inputs*) yang didukung oleh sistem komunikasi terbuka (*processes*) dapat menghasilkan tim yang lebih kreatif (*outcomes* kelompok) dan meningkatkan daya saing organisasi (*outcomes* organisasi) (Robbins & Judge, 2018).

Berdasarkan model tersebut, maka dapat diketahui bahwa *locus of control* merupakan bagian dari *inputs* kepribadian, pengalaman magang merupakan bagian dari proses motivasi, dan *personal branding* merupakan bagian dari proses persepsi sehingga variabel tersebut masuk ke dalam kajian individu. Kesiapan kerja juga merupakan bagian dari hasil berupa sikap dan beban kerja yang juga masih termasuk ke dalam kajian individu.

2.2 Social Cognitive Career Theory (SCCT)

2.2.1 Definisi Social Cognitive Career Theory

Menurut Flores & Jansson (2022), *Social Cognitive Theory* (SCT) yang dikembangkan oleh Albert Bandura pada tahun 1986 menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh interaksi antara faktor personal, lingkungan, dan perilaku

itu sendiri. Teori ini menjadi dasar bagi berbagai teori lain, termasuk *Social Cognitive Career Theory* (SCCT) yang dikembangkan oleh Lent, Brown, dan Hackett pada tahun 1994 untuk menjelaskan pengambilan keputusan karier dan pengembangan SDM. SCCT digunakan dalam bidang Sumber Daya Manusia (SDM) untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan karier, motivasi kerja, dan kepuasan kerja. SCCT dirancang sebagai kerangka pemersatu yang dapat melengkapi dan menjalin hubungan di antara pendekatan teoretis dasar untuk pengembangan karier (Lent & Brown, 2019).

Social Cognitive Career Theory adalah sebuah teori yang terbentuk dari pengembangan teori *self-efficacy* milik Albert Bandura dan teori kognitif sosial umum yang meyakini bahwa jalur karier individu dihasilkan dari berbagai elemen karier (Wang *et al.*, 2022). Elemen karier ini dikaitkan dengan faktor kognitif individu seperti keyakinan diri (*self-efficacy*), harapan hasil (*outcome expectations*), dan tujuan pribadi yang terbentuk melalui pengalaman serta interaksi dengan lingkungan sosial (Lent & Brown, 2019). SCCT (*Social Cognitive Career Theory*) menjelaskan bahwa kecenderungan seseorang untuk mengambil tindakan dalam suatu bidang dipengaruhi oleh dua hal utama yaitu, keyakinan terhadap kemampuan dirinya dalam mengelola dan menjalankan tindakan tersebut (efikasi diri) serta ekspektasi mereka terhadap hasil yang mungkin diperoleh dari tindakan itu (harapan hasil). Selain itu, teori ini menegaskan bahwa proses pengambilan keputusan karier juga dipengaruhi oleh faktor-faktor internal, seperti karakteristik pribadi, serta faktor eksternal, seperti kondisi lingkungan atau peluang yang tersedia (Tran & Korflesch, 2016). Teori ini juga menekankan pentingnya pengalaman hidup dan peran model dalam membentuk keyakinan terhadap kemampuan diri, yang pada akhirnya memengaruhi motivasi, pilihan, dan pencapaian karier seseorang. SCCT menekankan bahwa perkembangan karier merupakan hasil interaksi antara pengalaman langsung, pengaruh sosial, dan keyakinan internal.

Dalam penelitian ini, kita melihat bagaimana pengalaman magang, *personal branding* yang baik, dan keyakinan diri (*locus of control*) seseorang memengaruhi

kesiapan mereka untuk bekerja. Ketiganya saling berhubungan dan penting untuk meningkatkan kesiapan kerja, terutama bagi Generasi Z. Pengalaman magang memberikan kesempatan untuk belajar langsung di lapangan dan meningkatkan efikasi diri. *Personal branding* membantu membentuk identitas profesional melalui interaksi dan umpan balik dari orang lain. Sementara itu, keyakinan diri (*locus of control*) mencerminkan seberapa besar seseorang merasa mampu mengendalikan hasil yang mereka capai. Dengan demikian, Teori SCCT memberikan dasar yang kuat untuk memahami bagaimana ketiga faktor ini bekerja bersama-sama untuk memengaruhi kesiapan kerja para anak muda saat ini (Lent *et al.*, 2002).

2.2.2 Konsep Utama *Social Cognitive Career Theory*

Social Cognitive Career Theory (SCCT) merupakan kerangka teoretis yang membantu kita memahami bagaimana seseorang memilih, mengembangkan, dan mencapai keberhasilan dalam kariernya dengan mempertimbangkan interaksi antara faktor internal dan eksternal (Lent *et al.*, 2002).

1. Faktor Internal

Faktor internal terdiri dari *self-efficacy*, harapan hasil, dan tujuan pribadi.

- a. Keyakinan diri (*self-efficacy*). Persepsi seseorang terhadap kemampuannya menjalankan tugas maupun menghadapi rintangan menentukan seberapa besar usaha yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan karier.
- b. Harapan hasil (*outcome expectations*). Keyakinan mengenai konsekuensi yang akan diperoleh dari perilaku tertentu juga memengaruhi keputusan karier.
- c. Tujuan pribadi (*personal goals*). Dengan menetapkan tujuan yang jelas, individu dapat mengorganisasi upaya mereka dan memotivasi diri untuk terus belajar dan berkembang menuju pencapaian karier yang diinginkan.

2. Faktor Eksternal

Teori ini menjelaskan bahwa faktor-faktor sosial, seperti dukungan dari keluarga, teman, dan rekan kerja, serta hambatan yang ada di lingkungan, seperti diskriminasi, stereotip, atau kurangnya sumber daya, sangat berpengaruh pada pilihan karier seseorang (Lent *et al.*, 2002). Dukungan dari orang-orang terdekat bisa membantu seseorang mengatasi rintangan,

meningkatkan rasa percaya diri, dan menciptakan peluang baru. Di sisi lain, hambatan-hambatan tersebut bisa menjadi tantangan yang harus dihadapi untuk mencapai tujuan karier.

2.3 Kesiapan Kerja

2.3.1 Definisi Kesiapan Kerja

Kesiapan kerja adalah suatu kondisi kemampuan seseorang untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi keterampilan dan pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut (Hidayatulloh, 2021). Menurut Muspawi & Lestari (2020), kesiapan kerja adalah keadaan di mana seseorang sudah cukup matang secara fisik, mental, dan memiliki pengalaman belajar yang sesuai, sehingga ia mampu menjalankan pekerjaan yang dipilihnya dengan percaya diri dan tanggung jawab. Hal itu juga yang menjadi salah satu alasan orang melanjutkan pendidikan adalah agar setelah lulus nanti mereka bisa lebih mudah mendapatkan pekerjaan dan membangun karier yang diinginkan.

Kesiapan kerja merupakan kondisi di mana individu telah mempersiapkan diri secara menyeluruh untuk memasuki dunia kerja yang mencakup aspek fisik, mental, dan pengalaman yang relevan. Hal ini mencakup kemampuan untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama pendidikan, serta sikap yang positif dan adaptif terhadap lingkungan kerja yang dinamis (Juariah, 2019). Kesiapan kerja mendorong seseorang untuk bisa berdiri di atas kakinya sendiri dan tidak selalu bergantung pada orang lain. Hal ini juga bisa memicu lahirnya ide-ide baru yang kreatif, sehingga generasi muda menjadi lebih mandiri dan siap menghadapi berbagai tantangan (Pambajeng *et al.*, 2024). Kesiapan kerja juga melibatkan kematangan emosional dan sosial yang memungkinkan individu untuk berinteraksi secara efektif dengan rekan kerja dan atasan, serta untuk menghadapi tantangan yang mungkin muncul di tempat kerja (Slameto, 2015). Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kesiapan kerja adalah kesiapan individu dengan keterampilan, pengetahuan, dan kematangan emosional untuk beradaptasi dan berkontribusi dalam dunia kerja.

2.3.2 Faktor yang Memengaruhi Kesiapan Kerja

Caballero *et al.*, yang dikutip oleh Sagita *et al.*, (2020) mengembangkan konsep kesiapan kerja dengan empat faktor yang membangun kesiapan kerja: (a) Karakteristik Pribadi, mengacu pada bagaimana persepsi individu terhadap karakteristik mereka berhubungan dengan situasi kerja. (b) Ketajaman Organisasi, mengacu pada pengetahuan organisasi dan kesadaran akan protokol dan praktik di lingkungan kerja. (c) Kompetensi Kerja, berfokus pada kekuatan individu dan kompetensi komprehensif yang terkait dengan pekerjaan. (d) Kecerdasan Sosial, mengacu pada keterampilan sosial dan bagaimana individu dapat beradaptasi dan berinteraksi dalam situasi kerja.

Menurut Kirani & Chusairi (2022) dalam penelitiannya, menemukan faktor yang memengaruhi kesiapan kerja terdiri dari 3 faktor yaitu faktor pribadi, faktor eksternal, dan faktor pendidikan.

1. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu dan berkaitan dengan dinamika psikologis, seperti minat, bakat, dan motivasi.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah segala bentuk dukungan dari orang-orang di sekitar individu, seperti informasi tentang pekerjaan yang mereka terima dan interaksi dengan orang tua, teman sebaya, guru, atau lainnya.

3. Faktor Pendidikan

Faktor pendidikan berkaitan dengan peluang belajar yang diperoleh seseorang, termasuk kedisiplinan, pengetahuan, informasi, pencapaian akademik, serta pengalaman praktik langsung yang relevan dengan pekerjaan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan faktor yang memengaruhi kesiapan kerja sebagai berikut: (1) Faktor Pribadi, yang meliputi karakteristik individu, keterampilan, motivasi, kesiapan mental, pengetahuan, pengalaman praktis, serta pemahaman mengenai dunia kerja; (2) Faktor Eksternal, yang mencakup dukungan sosial dan informasi dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, dan mentor.

2.3.3 Indikator Kesiapan Kerja

Prianto (2013) dalam penelitiannya menentukan indikator kesiapan kerja terdiri dari enam indikator yaitu (a) sikap bertanggung jawab, (b) kemampuan berpikir dan bertindak luwes, (c) memiliki berbagai kecakapan hidup, (d) kemampuan komunikasi baik secara lisan maupun tertulis, (e) kemampuan melakukan evaluasi diri, dan (f) kesadaran akan kesehatan diri dan keselamatan kerja. Hal ini selaras dengan Brady dalam Kurniawan *et al.*, (2019), terdapat enam komponen yang membentuk kesiapan kerja yaitu *responsibility*, *flexibility*, *skills*, *communication*, *self view*, dan *health & safety*.

1. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab meliputi menjaga ketepatan waktu dalam bekerja, menjalankan standar kerja, fokus pada pekerjaan, bekerja dengan baik meski tanpa pengawasan, memelihara peralatan kerja, dan menjaga rahasia.

2. *Fleksibilitas*

Fleksibilitas mencakup kemampuan untuk lebih responsif terhadap tuntutan pekerjaan, kemampuan untuk menyelesaikan berbagai jenis tugas, kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan di lingkungan kerja, kemampuan untuk mematuhi peraturan yang ada, serta kemampuan untuk bekerja di luar jam kerja.

3. *Skill* (Keterampilan)

Keterampilan meliputi penguasaan kemampuan dalam bidang yang sudah dikuasai, kemampuan untuk memahami diri terkait pekerjaan, kemampuan dalam menggunakan alat sesuai dengan prosedur yang ditetapkan, kemampuan merawat peralatan kerja, serta upaya untuk mempelajari keterampilan baru.

4. *Communication* (Komunikasi)

Komunikasi mencakup kemampuan untuk mengikuti petunjuk pekerjaan, kemampuan untuk meminta bantuan terkait tugas, kemampuan untuk bekerja sama dengan baik, kepercayaan terhadap orang lain, memiliki sikap mendukung, bersikap terbuka dan siap menerima umpan balik atau kritik.

5. *Self View* (Pandangan terhadap Diri)

Pandangan terhadap diri sendiri meliputi kemampuan untuk memahami diri, menghargai diri, mengendalikan atau mengatur diri, mengevaluasi diri, serta percaya pada kemampuan diri untuk melaksanakan tugas.

6. *Health & Safety* (Kesehatan dan Keselamatan)

Kesehatan dan keselamatan kerja mencakup kepatuhan terhadap kebijakan serta penghindaran terhadap larangan-larangan di lingkungan kerja, penerapan perilaku yang mendukung kesehatan dan keselamatan, pelaksanaan tugas sesuai dengan prosedur yang berlaku, pemeliharaan kebersihan dan kerapian diri, serta kemampuan untuk mengelola stres dan kelelahan akibat pekerjaan.

2.4 Pengalaman Magang

2.4.1 Definisi Pengalaman Magang

Berdasarkan Undang Undang Nomor 13 tahun 2003 pasal 1 ayat 11 tentang Ketenagakerjaan, magang diartikan sebagai bagian dari sistem pelatihan kerja yang diselenggarakan secara langsung di bawah bimbingan dan pengawas infrastruktur atau pekerja/buruh yang lebih berpengalaman dalam proses produksi barang dan atau jasa di perusahaan dalam rangka menguasai keterampilan atau keahlian tertentu (Azied, 2022). Menurut Romdoni *et al.*, (2021), praktik magang merupakan suatu kegiatan pembelajaran di lapangan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menumbuhkan kemampuan individu dalam dunia kerja nyata. Setyawan & Munari (2020) dalam bukunya juga menjelaskan bahwa program magang merupakan interaksi edukatif melalui belajar sambil bekerja di mana unsur peniruan memegang peranan penting dalam keberhasilan magang. Dari beberapa definisi tersebut, dapat diketahui bahwa pengalaman magang adalah suatu proses pembelajaran yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa atau pencari kerja untuk terlibat langsung dalam dunia kerja sebelum mereka benar-benar memasuki pasar tenaga kerja.

Dalyono dalam da Cunha *et al.*, (2023), menyatakan bahwa segala bentuk pengalaman dapat memengaruhi fisiologis perkembangan individu, salah satunya adalah kesiapan dalam mempersiapkan diri untuk bekerja. Magang menjadi sarana

dalam membantu memperluas jaringan koneksi dan pengenalan terhadap lingkungan kerja. Magang juga merupakan bagian dari kegiatan Sumber Daya Manusia (SDM) pendidikan dan perusahaan dalam rangka mencari tenaga kerja yang siap pakai, karena dalam kegiatan magang akan terlihat bagaimana kemampuan dari individu-individu tersebut (Simanungkalit *et al.*, 2024).

Selain itu, magang juga berfungsi sebagai sarana untuk mengembangkan *soft skills* seperti komunikasi, kerja sama tim, dan manajemen waktu yang sangat penting dalam dunia kerja. Melalui magang, peserta dapat menerapkan pengetahuan teoretis yang diperoleh selama masa studi ke dalam situasi kerja nyata, sehingga meningkatkan pemahaman dan keterampilan praktis yang relevan dengan bidang yang diminati. Studi yang dilakukan oleh Nuraeni *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa pengalaman magang berpengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja *fresh graduates*. Hal ini menegaskan bahwa melalui magang, individu tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan interpersonal yang mendukung performa kerja mereka di masa depan. Dengan demikian, bahwa semakin baik pengalaman magang yang dimiliki, semakin tinggi kesiapan kerja yang dirasakan oleh individu tersebut (Dilla *et al.*, 2024).

2.4.2 Indikator Pengalaman Magang

Menurut Amri (2017), dalam penelitiannya menunjukan indikator untuk mengukur pengalaman praktik kerja lapangan diantaranya (a) keterampilan kerja, (b) pengalaman praktis, dan (c) memecahkan masalah kerja. Adapun menurut Gohae (2020) penilaian magang dilihat melalui tiga aspek yaitu (1) pengetahuan, (2) keterampilan, dan (3) sikap. Martin Elaine (1997), dalam bukunya menggunakan *Work Experience Quistionnare* (WEQ) sebagai indikator untuk mengukur efektivitas pengalaman kerja yang dilakukan pada lingkungan akademik, dengan indikator sebagai berikut.

1. Tujuan dan Standar yang Jelas (*Clear Goals and Standards*)

Peserta magang perlu diberikan tujuan yang jelas dan standar kerja yang harus dicapai. Dengan ini, mereka tahu apa yang harus dilakukan dan bagaimana mengukur keberhasilan mereka selama magang.

2. Dukungan untuk Belajar (*Support for Learning*)

Peserta magang membutuhkan bimbingan dari mentor atau rekan kerja, serta akses ke sumber daya untuk membantu mereka belajar dan berkembang. Dukungan ini membuat proses belajar menjadi lebih efektif.

3. Fokus pada Tugas Rutin (*Focus on Menial Tasks*)

Tugas-tugas sederhana atau rutin memang sering diberikan kepada peserta magang. Meski terkadang terlihat membosankan, tugas ini membantu mereka memahami dasar-dasar pekerjaan di tempat kerja. Namun, penting juga memberikan kesempatan untuk tugas yang lebih menantang.

4. Pengembangan Keterampilan Umum (*Generic Skills*)

Magang adalah waktu yang tepat untuk mengasah keterampilan seperti komunikasi, kerja sama tim, dan manajemen waktu. Keterampilan ini berguna tidak hanya selama magang tetapi juga di masa depan.

5. Kepuasan Keseluruhan dengan Tempat Magang (*Overall Satisfaction with Work Placement*)

Kepuasan peserta magang mencerminkan apakah pengalaman mereka positif atau tidak. Hal ini mencakup hubungan dengan rekan kerja, lingkungan kerja, serta pencapaian pribadi dan profesional selama magang.

Nghia & Duyen (2019) pada penelitiannya mengemukakan hasil pembelajaran terkait magang dan mendapati indikator pengalaman magang sebagai berikut.

1. Pengetahuan Profesional

Pengetahuan profesional adalah kemampuan mahasiswa untuk menggabungkan teori yang mereka pelajari di sekolah dengan praktik yang mereka temui di lapangan. Sari & Wijaya (2020) menjelaskan bahwa pengetahuan profesional tidak hanya mencakup keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman tentang standar yang berlaku di industri dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi terbaru. Dengan kata lain, magang berfungsi sebagai "laboratorium kehidupan" yang membantu mahasiswa memahami teori dengan lebih baik melalui pengalaman langsung dengan alat, proses, dan sistem yang ada di dunia kerja.

2. Keterampilan Profesional

Keterampilan profesional terdiri dari dua bagian: (1) *hard skills*, yang meliputi keterampilan teknis seperti analisis data, pengoperasian mesin, atau pemrograman, dan (2) *soft skills*, yang mencakup kemampuan berkomunikasi, bekerja dalam tim, dan mengatur waktu. Raharjo *et al.*, (2019) menjelaskan bahwa keterampilan profesional adalah kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan budaya kerja. Jadi, keterampilan profesional tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga harus sesuai dengan karakteristik industri dan budaya organisasi.

3. Perubahan Sikap dan Perilaku terhadap Pembelajaran

Perubahan sikap dan perilaku berarti adanya perubahan dalam cara berpikir, motivasi, dan etos kerja mahasiswa setelah mereka terlibat dalam lingkungan profesional. Pratiwi (2021), menjelaskan bahwa indikator perubahan ini adalah pergeseran dari sikap yang hanya menerima materi kuliah menjadi lebih aktif dalam mencari solusi sendiri. Selain itu, perubahan ini juga mencakup peningkatan kesadaran tentang pentingnya etika kerja, seperti disiplin waktu dan tanggung jawab, yang merupakan nilai-nilai penting di dunia kerja.

4. Membangun Jalur Karier

Membangun jalur karier adalah proses menjelajahi, menyesuaikan, dan membuat keputusan tentang arah karier berdasarkan pengalaman magang. Hidayat & Nurmalasari (2023) menjelaskan bahwa magang memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk "menguji" minat karier mereka di lingkungan kerja yang nyata. Definisi ini mencakup dua hal, yaitu kejelasan tujuan karier dan ketahanan dalam menghadapi tantangan karier, yang terbentuk melalui refleksi kritis selama masa magang.

5. Jaringan dengan Para Profesional

Jaringan profesional adalah hubungan penting yang dibangun oleh mahasiswa dengan mentor, rekan kerja, atau orang-orang di industri saat mereka magang. jaringan ini memiliki banyak aspek, selain hanya bertukar informasi tentang pekerjaan, jaringan ini juga mencakup bimbingan dari orang yang lebih berpengalaman dan akses ke kesempatan untuk bekerja sama.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator yang di ungkapkan oleh Nghia & Duyen (2019) sebagai indikator untuk mengukur variabel pengalaman magang.

2.5 Personal Branding

2.5.1 Definisi Personal Branding

Menurut Timothy P. O'Brien, penulis buku *The Power of Branding*, ia mengatakan bahwa *personal branding* merupakan identitas pribadi yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki orang tersebut (Haroen, 2014). Montoya (2002), juga mengemukakan, "*personal branding is about taking control of the processes that affect how other perceive you, and managing those processes strategically to help you achieve your goals.*" yang berarti *personal branding* berkaitan dengan mengendalikan berbagai proses yang memengaruhi cara orang lain melihat, serta mengelola proses-proses tersebut secara strategis untuk mendukung pencapaian tujuan. Febylania *et al.*, (2022), juga mengartikan *personal branding* sebagai proses membangun, menarik, dan mempertahankan pandangan publik tentang kepemilikan seseorang. Dari beberapa definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa *personal branding* merupakan proses strategis untuk menciptakan dan mengelola persepsi positif tentang diri sendiri, yang melibatkan identitas, keahlian, dan nilai-nilai individu, dengan tujuan untuk membangun reputasi yang kuat di mata publik.

Bagi seseorang yang ingin memulai karier, *personal branding* dapat memberikan manfaat seperti membangun *networking*, membangun citra diri di dunia digital, dan membangun interaksi sosial (Wibowo & Rimawati, 2024). Seseorang yang memiliki *personal branding* juga memiliki kepercayaan diri yang tinggi, kredibilitas diri, dan ciri khas yang tidak dimiliki oleh orang lain. Dalam era digital ini, *personal branding* semakin penting karena individu tidak hanya dikenal melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui keberadaan mereka di media sosial. Dengan membangun *personal branding* yang kuat, seseorang dapat meningkatkan daya tarik profesionalnya, baik di mata rekan kerja, perekrut, maupun masyarakat luas. Dalam lingkungan perusahaan, *personal branding* sering digunakan sebagai solusi

untuk mengenal dan mengidentifikasi kredibilitas calon pekerja dan memisahkan sensasi dari fakta seseorang (Montoya, 2002).

2.5.2 Indikator *Personal Branding*

Menurut Montoya & Vandehey (2002), bahwa terdapat delapan konsep yang menjadi dasar dalam membentuk *personal branding*, diantaranya:

1. Spesialisasi (*The law of specialization*), yaitu fokus pada satu keahlian utama yang membedakan diri dari orang lain. Spesialisasi dapat dilakukan melalui beberapa cara yakni: *ability, behavior, lifesyle, mission, product, profession*, dan *service*.
2. Kepemimpinan (*The law of leadership*), yaitu membangun citra sebagai ahli atau pemimpin di bidang tertentu.
3. Kepribadian (*The law of of personality*), yaitu menampilkan karakter unik yang menarik perhatian orang lain.
4. Perbedaan (*The law of distinctiveness*), yaitu menunjukkan sesuatu yang membuat individu unik dan mudah diingat, atau menampilkan dengan cara yang berbeda.
5. Tampilan (*The law of visibility*), yaitu konsistensi dalam menunjukkan keberadaan dan aktivitas profesional. Untuk menjadi *visible*, seseorang perlu mempromosikan atau memasarkan dirinya dalam setiap kesempatan.
6. Kesatuan (*The law of unity*), yaitu kehidupan pribadi seseorang di balik *personal branding* harus sejalan dengan etika moral dan sikap yang telah ditentukan dari merek tersebut.
7. Keteguhan (*The law of persistence*), yaitu setiap *personal branding* membutuhkan waktu untuk tumbuh dan tetap konsisten dalam menjalaninya.
8. Nama baik (*The law of goodwill*), yaitu *personal branding* akan semakin berpengaruh jika individu yang mengemban merek tersebut dinilai memiliki niat baik atau memiliki nilai ideal.

Ada tiga dimensi yang membentuk *personal branding* menurut McNally & Speak (2010) yaitu *roles*, *standards*, dan *style*.



Gambar 2. 2 Dimensi *Personal Branding* menurut McNally & Speak (2010).

Sumber : McNally & Speak (2010)

1. *Roles* (Peran)

Dalam membangun *personal branding* yang efektif, seseorang perlu memiliki kompetensi atau keahlian yang dikuasai dalam bidang tertentu. Keahlian ini tidak hanya menciptakan citra positif di mata masyarakat, tetapi juga membedakan individu dari yang lain, membentuk persepsi, dan meningkatkan kredibilitas. *Personal branding* mencerminkan kepribadian, nilai, dan kualitas seseorang, serta berperan penting dalam menjalin hubungan dengan orang lain. Dengan demikian, kompetensi yang kuat menjadi fondasi utama dalam membangun reputasi dan diferensiasi individu di masyarakat.

2. *Standards* (Standar)

Standar dalam *personal branding* sangat memengaruhi bagaimana orang lain melihat kita. Kita perlu menetapkan standar yang sesuai dengan kemampuan kita, tanpa harus berusaha terlihat sempurna. Yang penting adalah konsisten menjalankan standar tersebut agar tidak ada perbedaan antara kenyataan dan harapan. Dengan begitu, standar yang jelas dan konsisten akan membantu membangun citra diri yang positif di mata orang lain.

3. *Style* (Gaya)

Gaya memainkan peran penting dalam membentuk *personal branding* seseorang. Gaya yang unik dan sesuai dengan kepribadian dapat menciptakan persepsi positif di mata orang lain, sekaligus membedakan individu dari yang

lain. Meskipun penilaian terhadap gaya sering kali melibatkan emosi yang kuat, gaya tetap menjadi cerminan kepribadian dan dapat meningkatkan citra diri, membawa *personal branding* dari tingkat dasar ke tingkat yang lebih signifikan dan penting.

Dengan menggabungkan ketiga dimensi tersebut maka kita akan dapat terus mengembangkan reputasi kita pada bidang tertentu yang telah kita pilih dan proses mengembangkan reputasi ini merupakan proses seumur hidup, sehingga kita mengharapkan untuk membentuk *personal branding* yang kuat di masyarakat. Dan dalam penelitian ini, peneliti memilih ketiga dimensi McNally & Speak (2010) sebagai alat ukur untuk variabel *personal branding*.

2.6 Locus of Control

2.6.1 Definisi Locus of Control (LoC)

Konsep *Locus of Control* merupakan konsep teori yang pertama kali dikemukakan oleh Rotter, merupakan konsep yang menjelaskan apakah seseorang merasa bahwa kendali hidupnya berada di tangannya sendiri atau berada di genggam tangan orang lain atau sesuatu yang lain. Sama halnya menurut Setiawan & Yusnaini (2021), *Locus of Control* (LoC) merupakan aspek kepribadian individu mengenai keyakinan kesuksesan atau keberhasilan yang dipengaruhi oleh diri sendiri (LoC internal) atau dari luar dirinya (LoC eksternal). *Locus of Control* menurut Tentama & Abdussalam (2020) merupakan keyakinan individu mengenai hubungan antara perilaku dan konsekuensi yang diperolehnya. Muyasaroh & Hamidi (2013) juga menjelaskan *Locus of Control* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dia adalah pengendali atas nasibnya sendiri atau faktor eksternal yang ada diluar dirinya yang dapat menentukan nasibnya. Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan *Locus of Control* merupakan keyakinan individu mengenai hubungan antara tindakan dan hasil yang diperoleh, yang mencakup dua dimensi yaitu kontrol atas nasib sendiri (internal) dan pengaruh faktor luar (eksternal) terhadap kehidupan mereka.

Dalam dunia kerja, *Locus of Control* memainkan peran penting dalam menentukan kesiapan dan keberhasilan seseorang dalam karier. Individu dengan *internal Locus of Control* cenderung lebih gigih dalam mengejar kesempatan kerja, mengembangkan keterampilan, serta mencari solusi ketika menghadapi hambatan di tempat kerja. Mereka lebih terbuka terhadap tantangan baru dan memiliki keyakinan bahwa kerja keras serta keputusan yang tepat akan membawa mereka pada kesuksesan. Sementara itu, individu dengan *external Locus of Control* mungkin lebih bergantung pada faktor eksternal seperti rekomendasi orang lain atau keberuntungan dalam mendapatkan pekerjaan. Hal ini dapat memengaruhi tingkat motivasi dan kepercayaan diri mereka dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja yang kompetitif.

2.6.2 Dimensi *Locus of Control*

Teori Rotter (1966) dalam Fitrayansyah (2022) mengungkapkan bahwa *Locus of Control* terbagi menjadi dua dimensi, yaitu individu yang percaya bahwa setiap hasil dari tindakan mereka tergantung pada usaha yang mereka lakukan (*Internal Locus of Control*) dan individu yang meyakini bahwa hasil yang mereka peroleh berasal dari faktor-faktor di luar kendali mereka (*Eksternal Locus of Control*).

1. *Internal Locus of Control* (ILoC)

Individu percaya bahwa peristiwa dalam hidup, baik keberhasilan maupun kegagalan, ditentukan oleh kemampuan dan usaha yang dilakukan secara mandiri. Sikap ini tercermin dalam usaha aktif untuk mencapai tujuan serta tanggung jawab atas kegagalan yang dialami. Orang tersebut cenderung memiliki ketekunan, rasa percaya diri, pola pikir optimis, kerja keras, prestasi yang baik, kekuatan pribadi, serta sifat yang mandiri dan efektif.

2. *External Locus of Control* (ELoC)

Individu percaya bahwa pengalaman yang mereka alami ditentukan oleh nasib dan takdir, serta bahwa kesuksesan atau kegagalan yang diraih dipengaruhi oleh faktor kesempatan atau keberuntungan. Sikap ini tercermin dalam ketidakberdayaan, penerimaan terhadap keadaan, dan perasaan tertekan. Akibatnya, mereka cenderung mengalami kesulitan dalam beradaptasi,

memiliki prestasi yang lebih rendah, kesulitan mengendalikan emosi, dan kurang percaya diri.

Menurut Crider & Andrew (2003) dalam Riza (2017), terdapat perbedaan karakteristik antara seseorang dengan ILoC dan seseorang dengan ELoC sebagai berikut:

1. *Locus of control internal*
 - a. Suka bekerja keras.
 - b. Memiliki inisiatif yang tinggi.
 - c. Selalu berusaha untuk menemukan pemecahan masalah.
 - d. Selalu mencoba untuk berfikir seefektif mungkin.
 - e. Selalu mempunyai persepsi bahwa usaha harus dilakukan jika ingin berhasil.
2. *Locus of control external*
 - a. Kurang memiliki inisiatif.
 - b. Mudah menyerah, kurang suka berusaha karena mereka percaya bahwa faktor luarlah yang mengontrol.
 - c. Kurang mencari informasi.
 - d. Mempunyai harapan bahwa ada sedikit korelasi antara usaha dan kesuksesan.
 - e. Lebih mudah dipengaruhi dan tergantung pada petunjuk orang lain.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	(Azmi <i>et al.</i> , 2023) Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Personal Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian	Dependen: Keputusan Pembelian Independen: 1. <i>Brand Image</i> 2. <i>Personal Branding</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>brand image</i> , dan <i>personal branding</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan	1. Peneliti tidak menggunakan variabel independen <i>brand image</i> 2. Peneliti menambahkan variabel independen pengalaman magang dan <i>personal branding</i> di sosial media 3. Peneliti menggunakan variabel dependen kesiapan kerja 4. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti
2.	(Djunaedi, 2022) “Pengaruh <i>Locus of Control</i> terhadap Kematangan Karier yang Dimediasi oleh <i>Self-Efficacy</i> pada Mahasiswa”	Dependen: Kematangan Karier Independen: <i>Locus of Control</i> Mediator: <i>Self-Efficacy</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>locus of control</i> berpengaruh terhadap kematangan karier melalui <i>self-efficacy</i> sebagai variabel mediasi	1. Peneliti menambahkan variabel independen pengalaman magang dan <i>personal branding</i> di sosial media 2. Peneliti menggunakan variabel dependen kesiapan kerja 3. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti
3.	(Hidayatulloh <i>et al.</i> , 2021) “Pengaruh <i>Locus of control</i> dan Pengalaman Praktik Kerja Lapangan terhadap Kesiapan Kerja Siswa SMK YPM 8 Sidoarjo”	Dependen: Kesiapan Kerja Independen: 1. <i>Locus of Control</i> 2. Pengalaman Praktik Kerja Lapangan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>locus of control</i> , pengalaman Praktik Kerja Lapangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja baik secara parsial maupun simultan	1. Peneliti menambahkan variabel independen <i>personal branding</i> di sosial media 2. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti

No.	Nama Peneliti dan Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
4.	(Indah & Rachman, 2020) “Pengaruh <i>Personal Branding</i> dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Kuantitatif BTS dan Album <i>Love Yourself</i> pada Fandomnya Army Bandung)”	Dependen: Keputusan Pembelian Independen: 1. <i>Personal Branding</i> 2. Citra Merek	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>personal branding</i> dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan	1. Peneliti tidak menggunakan variabel independen citra merek 2. Peneliti menambahkan variabel independen pengalaman magang dan <i>locus of control</i> 3. Peneliti menggunakan variabel dependen kesiapan kerja 4. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti
5.	(Mustari, 2021) “Pengaruh Pengalaman Magang dan Minat Kerja terhadap Kesiapan Kerja (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)”	Dependen: Kesiapan kerja Independen: 1. Pengalaman magang 2. Minat Kerja	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman magang, dan minat kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja baik secara parsial maupun simultan	1. Peneliti tidak menggunakan variabel independen minat kerja 2. Peneliti menambahkan variabel independen <i>personal branding</i> di sosial media dan <i>locus of control</i> 3. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti
6.	(Nugroho <i>et al.</i> , 2020) “Pengaruh Praktik Kerja Industri dan Efikasi Diri terhadap Kesiapan Kerja Siswa di SMK Negeri 3 Surakarta”	Dependen: Kesiapan Kerja Independen: 1. Praktik Kerja Industri 2. Efikasi Diri	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan magang, dan motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja baik secara parsial maupun simultan	1. Peneliti tidak menggunakan variabel independen efikasi diri 2. Peneliti menambahkan variabel independen <i>personal branding</i> di sosial media dan <i>locus of control</i> 3. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti

No.	Nama Peneliti dan Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
7.	(Pratama <i>et al.</i> , 2021) “Pengaruh <i>Locus Of Control</i> , Praktik Kerja Lapangan, dan Informasi Dunia Kerja terhadap Kesiapan Kerja Siswa Kelas XII Teknik Instalasi Tenaga Listrik SMK Se-Kabupaten Magetan”	Dependen: Kesiapan Kerja Independen: 1. <i>Locus of Control</i> 2. Pengalaman Praktik Kerja Lapangan 3. Informasi Dunia Kerja	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>locus of control</i> , pengalaman Praktik Kerja Lapangan, dan Informasi Dunia Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja baik secara parsial maupun simultan	1. Peneliti tidak menggunakan variabel independen informasi dunia kerja 2. Peneliti menambahkan variabel independen <i>personal branding</i> di sosial media 3. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti
8.	(Puspitasari & Bahtiar, 2022) “Pengaruh Pengalaman Prakerin, <i>Self Efficacy</i> dan <i>Internal Locus of Control</i> terhadap Kesiapan Kerja Siswa SMK di Bidang Akuntansi”	Dependen: Kesiapan Kerja Independen: 1. Pengalaman Prakerin 2. <i>Self Efficacy</i> 3. <i>Locus of Control</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman prakerin, <i>self efficacy</i> , dan <i>locus of control</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja baik secara parsial maupun simultan	1. Peneliti tidak menggunakan variabel independen <i>self efficacy</i> 2. Peneliti menambahkan variabel independen <i>personal branding</i> di sosial media 3. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti
9.	(Romadoni <i>et al.</i> , 2023) “Pengaruh Kegiatan Magang dan Motivasi Kerja terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta”	Dependen: Kesiapan Kerja Independen: 1. Kegiatan Magang 2. Motivasi kerja	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan magang, dan motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja baik secara parsial maupun simultan	1. Peneliti tidak menggunakan variabel independen motivasi kerja 2. Peneliti menambahkan variabel independen <i>personal branding</i> di sosial media dan <i>locus of control</i> 3. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti

No.	Nama Peneliti dan Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
10.	(Setiawan & Yusnaini, 2021) ”Pengaruh <i>Locus Of Control</i> dan Kompetensi Diri terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa IAIN Lhokseumawe”	Dependen: Kesiapan Kerja Independen: 1. <i>Locus of Control</i> 2. Kompetensi Diri	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa <i>locust of control</i> berpengaruh positif dan signifikan, namun kompetensi diri tidak berpengaruh terhadap kesiapan kerja	1. Peneliti tidak menggunakan variabel independen kompetensi diri 2. Peneliti menambahkan variabel independen pengalaman magang dan <i>personal branding</i> di sosial media 3. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti
11.	(Sholikhah & Muhyadi, 2021) ” <i>Roles Of Career Maturity Mediating The Effects of Locus of Control and Socioeconomic Status on Career Readiness</i> ”	Dependen: <i>Career Readiness</i> Independen: 1. <i>Locus of Control</i> 2. <i>Socioeconomic status</i> Mediator: <i>Career Maturity</i>	Hasil penelitian menunjukan bahwa <i>Locus of control</i> berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan <i>sosioeconomic status</i> tidak berpengaruh terhadap <i>career readiness</i> . Di sisi lain <i>career maturity</i> memediasi secara parsial pengaruh <i>locus of control</i> , namun hanya berperan sebagai prediktor dalam memediasi <i>sosioeconomic status</i> terhadap <i>career readiness</i>	1. Peneliti tidak menggunakan variabel independen <i>socioeconomic status</i> dan variabel mediasi <i>career maturity</i> 2. Peneliti menambahkan variabel independen pengalaman magang dan <i>personal branding</i> di sosial media 3. Peneliti menggunakan variabel dependen kesiapan kerja 4. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti
12.	(Simanungkalit et al., 2024) ”Pengaruh Pengalaman Magang terhadap Kesiapan Kerja pada Mahasiswa”	Dependen: Kesiapan Kerja Independen: Pengalaman Magang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengalaman magang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja mahasiswa	1. Peneliti menambahkan variabel independen <i>personal branding</i> di sosial media dan <i>locus of control</i> 2. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti

No.	Nama Peneliti dan Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
13.	(Nghia & Duyen, 2019) “ <i>Developing and Validating a Scale for Evaluating Internship-Related Learning Outcomes</i> ”	Dependen: Hasil Pembelajaran Terkait Program Perintis Independen: Pengalaman Perintis	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat wawasan lebih lanjut mengenai magang.	1. Peneliti menguji pengaruh pengalaman magang terhadap kesiapan kerja 2. Peneliti menambahkan variabel independen <i>personal branding</i> dan <i>locus of control</i> 3. Peneliti menggunakan variabel dependen kesiapan kerja
14.	(Wibowo & Rimawati, 2024) “Analisa Faktor-Faktor <i>Personal Branding</i> terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa STMIK Sinar Nusantara Surakarta”	Dependen: Kesiapan Kerja Independen: 1. <i>Soft Skill</i> 2. Perilaku sehari-hari 3. Media Sosial	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa faktor <i>personal branding soft skill</i> dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja. Sedangkan faktor <i>personal branding</i> perilaku sehari-hari tidak berpengaruh positif terhadap kesiapan kerja	1. Peneliti menambahkan variabel independen pengalaman magang dan <i>locus of control</i> 2. Perbedaan pada objek dan batasan populasi yang diteliti

Sumber: Diolah dari Berbagai Referensi

2.8 Kerangka Pemikiran

Kesiapan kerja merupakan kemampuan individu dalam mengintegrasikan pengetahuan teoretis, keterampilan praktis, dan sikap profesional untuk menyelesaikan masalah di lingkungan kerja (Suyanto, 2020). Konsep ini tidak hanya mencakup penguasaan teknis sesuai bidang studi, tetapi juga melibatkan *soft skills* seperti kemampuan berkolaborasi dalam tim, fleksibilitas menghadapi perubahan, dan komunikasi efektif dengan berbagai pihak. Menurut Brady (2010), indikator kesiapan kerja terdiri dari tanggung jawab, fleksibilitas, keterampilan, komunikasi, pandangan terhadap diri, dan kesadaran akan kesehatan dan keselamatan kerja.

Faktor yang memengaruhi kesiapan kerja di antaranya adalah faktor internal yang terdiri dari karakteristik pribadi yang merujuk pada variabel *locus of control*, ketajaman organisasi dan kompetensi kerja yang merujuk pada variabel pengalaman magang, dan kecerdasan sosial yang merujuk pada *personal branding* (Sagita *et al.*, 2020; Kirani & Chusairi, 2022). Ketiga variabel tersebut menggambarkan keterkaitan kesiapan kerja dengan keterampilan yang diperoleh melalui pengalaman magang, pembentukan citra diri melalui *personal branding*, dan *locus of control* yang merupakan keyakinan individu bahwa peristiwa yang terjadi dalam hidupnya ditentukan oleh kemampuan diri atau bantuan dari eksternal.

Menurut Romdoni *et al.*, (2021), magang merupakan suatu kegiatan pembelajaran di lapangan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menumbuhkan kemampuan individu dalam dunia kerja nyata. Dengan memiliki pengalaman magang, seseorang mendapatkan kesempatan menerapkan pengetahuan dan keterampilannya dalam dunia kerja, sehingga dapat mempelajari keterampilan yang diperlukan dan membentuk kesiapan kerja lebih baik. Dengan penelitian terdahulu yang banyak menunjukkan hasil pengaruh yang positif antara pengalaman magang terhadap kesiapan kerja mendukung bahwa semakin banyak pengalaman yang diperoleh individu selama magang, semakin tinggi keyakinan mereka terhadap kemampuan diri sendiri dalam menyelesaikan tugas dan menghadapi tantangan di dunia kerja. Adapun indikator pengalaman magang seperti pengetahuan profesional, keterampilan profesional, perubahan sikap dan perilaku terhadap pembelajaran, membangun jalur karier, dan jaringan dengan profesional (Nghia & Duyen, 2019).

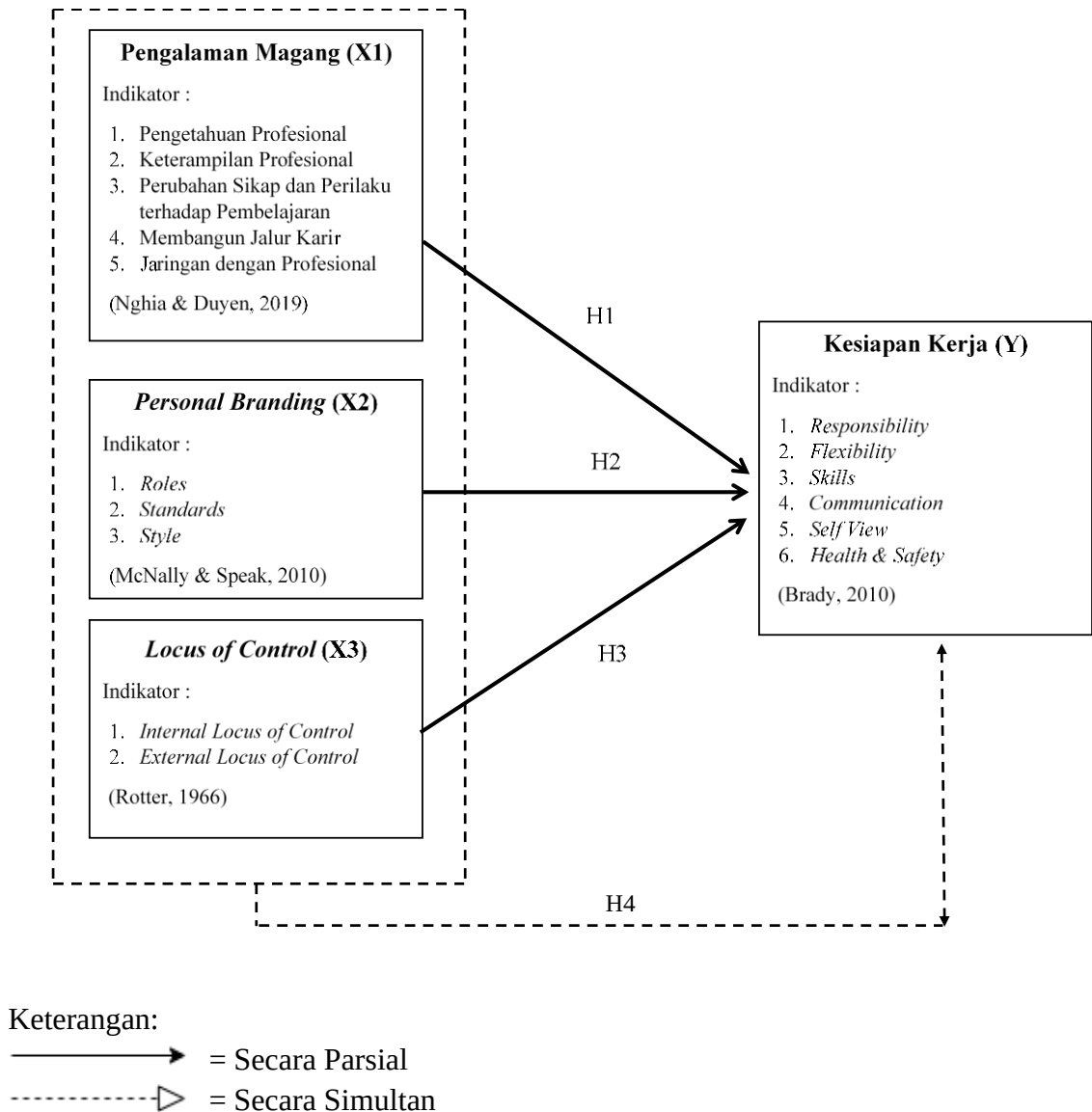
Personal branding menurut Montoya (2002) berkaitan dengan mengendalikan berbagai proses yang memengaruhi cara orang lain melihat individu, serta mengelola proses-proses tersebut secara strategis untuk mendukung pencapaian tujuan karier. Dalam konteks dunia kerja, memiliki *personal branding* yang kuat dapat meningkatkan daya saing individu dalam mendapatkan pekerjaan.

Salah satu manfaat utama dari *personal branding* adalah membantu individu menunjukkan keahlian dan nilai yang mereka miliki kepada calon pemberi kerja.

Menurut Judijanto *et al.*, (2024), *personal branding* yang efektif di media sosial memungkinkan individu untuk menampilkan keterampilan dan pencapaian mereka, sehingga meningkatkan peluang mendapatkan pekerjaan. Lebih lanjut, *personal branding* yang baik juga dapat membantu individu dalam membangun kredibilitas dan profesionalisme mereka. Indikator *personal branding* menurut McNally & Speak (2010) terdiri dari peran, standar, dan gaya.

Selain faktor pribadi dan faktor eksternal yang mendukung kesiapan kerja, faktor pendukung juga secara tidak langsung memengaruhi kesiapan kerja seseorang seperti faktor psikologis. Salah satu faktor psikologis yang dapat memengaruhi kesiapan kerja adalah *locus of control*. Menurut Rotter (1966), *Locus of control* merupakan keyakinan individu mengenai sejauh mana mereka memiliki kendali atas kehidupan dan karier mereka sendiri. *Locus of control* terbagi menjadi dua dimensi yaitu *internal locus of control* yang mempercayai bahwa kesuksesan mereka ditentukan oleh usaha dan keputusan mereka sendiri dan *external locus of control* yang lebih cenderung percaya bahwa nasib mereka ditentukan oleh faktor eksternal seperti keberuntungan atau orang lain.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah disusun oleh peneliti, terdapat indikasi yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari beberapa variabel, yaitu pengalaman magang (X1), *personal branding* (X2), dan *locus of control* (X3), terhadap kesiapan kerja (Y). Hal ini dapat dilihat lebih jelas dalam gambar 2.3 berikut:



Gambar 2. 3 Skema Kerangka Pikir.

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara atau asumsi yang dibuat berdasarkan teori atau observasi, yang akan diuji kebenarannya melalui penelitian (Sugiyono, 2019). Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan pada kerangka pemikiran sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Ho₁ : Pengalaman magang secara parsial tidak berpengaruh terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.

Ha₁ : Pengalaman magang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.

Ho₂ : *Personal branding* di sosial media secara parsial tidak berpengaruh terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.

Ha₂ : *Personal branding* di sosial media secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.

Ho₃ : *Locus of control* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.

Ha₃ : *Locus of control* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.

Ho₄ : Pengalaman magang, *personal branding* di sosial media, dan *locus of control* secara simultan tidak berpengaruh terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.

Ha₄ : Pengalaman magang, *personal branding* di sosial media, dan *locus of control* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan jenis penelitian *explanatory research*. Metode penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian yang dan dianalisis secara statistik dengan tujuan menguji suatu hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2019).

Explanatory research adalah metode yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti serta dampak yang ditimbulkan dari satu variabel terhadap variabel lainnya (Sugiyono, 2019). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda atau yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini sejalan dengan tujuannya yaitu guna menguji hubungan antar variabel yaitu; Pengalaman Magang (X_1), *Personal Branding* (X_2), dan *Locus of Control* (X_3) terhadap Kesiapan Kerja (Y).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menunjukkan sifat dan karakteristik tertentu yang telah diputuskan oleh Peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan keseluruhan subjek yang akan diteliti dengan karakteristik yang dapat dikatakan sama sehingga dapat digeneralisasikan hasil penelitian yang

dilakukan terhadap populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Bandar Lampung. Data pada Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung tahun 2024 menunjukkan bahwa jumlah Generasi Z dengan rentang usia 15-29 tahun terhitung 256.294 jiwa. Maka, populasi pada penelitian ini yaitu 256.294 jiwa Generasi Z di Kota Bandar Lampung.

Tabel 3. 1 Data Penduduk Bandar Lampung Berdasarkan Umur
Termasuk Generasi Z Tahun 2024

No	Umur	Jumlah
1	15–19	86.041
2	20–24	86.220
3	25–29	84.033
Total		256.294

Sumber : Website Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung (2024)

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karekteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Hasil kesimpulan penelitian yang dapat digeneralisasikan untuk seluruh populasi, maka sampel yang diambil harus *representative*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan salah satu teknik non-probabilistik dalam pengambilan sampel di mana sampel dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Terdapat beberapa kriteria yang dijadikan dasar dalam pemilihan sampel penelitian ini, yaitu:

- Sedang bekerja.
- Pernah mengikuti magang baik melalui program akademik (MBKM, PKL, dll) maupun magang non akademik.
- Memiliki akun LinkedIn.

Jumlah populasi Generasi Z berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung yang dipilih berdasarkan umur tahun 2024 yaitu 256.294, sehingga diperoleh jumlah populasi $N = 256.294$ jiwa, dengan tingkat *Margin of Error* $e = 10\% = 0,1$, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Rumus 3. 1 Rumus Slovin

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Ukuran Populasi

e : Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) digunakan 10%

Melalui rumus diatas, maka hasil perhitungan yang diperoleh sebagai berikut:

$$n = \frac{256.294}{1 + 256.294 (0,1)^2}$$

$n = 99,96$ dapat dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus slovin tersebut dengan angka kesalahan sebesar 10% didapatkan sampel yang dibutuhkan sebanyak 99,95 yang dibulatkan menjadi 100 sampel atau responden dari Generasi Z di Bandar Lampung.

3.3 Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer merupakan sumber informasi yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara *online* dan *offline* kepada responden yang memenuhi kriteria tertentu. Kuesioner tersebut akan mencakup pertanyaan yang berkaitan langsung dengan kesiapan kerja bimbingan Generasi Z di Bandar

Lampung, dengan mempertimbangkan pengaruh dari pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control*.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang diperoleh secara tidak langsung atau data ini bukan hasil dari upaya pengumpulan langsung oleh peneliti. Data ini didapatkan dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya, contohnya adalah informasi yang berasal dari literatur terkait, artikel di majalah, situs internet, atau berbagai publikasi dan keterangan lain yang relevan dengan penelitian. Data ini dapat berasal dari tangan kedua, ketiga, atau bahkan seterusnya, yang berarti telah melewati satu atau lebih perantara sebelum data tersebut sampai ke peneliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menggunakan teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data akan dilakukan secara *online* melalui *platform Google form* yang akan disebarluaskan melalui media sosial seperti Instagram, dan X (Twitter).

3.5 Skala Pengukuran

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel dan menjadi tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden. Berikut merupakan kriteria dalam pengukuran skala likert:

Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019)

3.6 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk selanjutnya dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel terikat/dependen (Y) dan variabel bebas/independen (X).

1. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, terdapat satu variabel dependen yaitu kesiapan kerja (Y). Kesiapan kerja dalam penelitian ini diukur dengan *responsibility*, *flexibility*, *skills*, *communication*, *self view*, dan *health & safety*.

2. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, terdapat 3 variabel independen yaitu pengalaman magang (X_1), *personal branding* (X_2), dan *locus of control* (X_3). Variabel pengalaman magang diukur dengan pengetahuan profesional, keterampilan profesional, perubahan sikap dan perilaku terhadap pembelajaran, membangun jalur karier, dan jaringan dengan para profesional. Variabel *personal branding* diukur dengan *roles*, *standards*, dan *style*. Lalu, variabel *locus of control* diukur dengan *internal locus of control* dan *external locus of control*.

3.6.1 Definisi Konseptual

Definisi konseptual menjelaskan makna suatu konsep dalam penelitian secara umum dan abstrak. Definisi ini membantu peneliti memahami konsep tersebut dan menggunakannya dengan tepat dalam penelitian. Dengan kata lain, definisi konseptual berperan sebagai dasar teori yang menghubungkan gagasan abstrak dengan data yang dapat diukur.

1. Kesiapan Kerja

Kesiapan kerja merupakan suatu kondisi kemampuan seseorang untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi keterampilan dan pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut (Hidayatulloh, 2021).

2. Pengalaman Magang

Menurut Romdoni *et al.*, (2021), praktik magang merupakan suatu kegiatan pembelajaran di lapangan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menumbuhkan kemampuan individu dalam dunia kerja nyata.

3. *Personal Branding*

Menurut Montoya (2022), *personal branding* berkaitan dengan mengendalikan berbagai proses yang memengaruhi cara orang lain melihat, serta mengelola proses-proses tersebut secara strategis untuk mendukung pencapaian tujuan.

4. *Locus of Control* (LoC)

Locus of control menurut Setiawan & Yusnaini (2021) merupakan aspek kepribadian individu mengenai keyakinan kesuksesan atau keberhasilan yang dipengaruhi oleh diri sendiri (LoC internal) atau dari luar dirinya (LoC eksternal).

3.6.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, variabel-variabel tersebut dioperasionisasikan sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala
1.	Kesiapan Kerja (Y) Sumber: Brady (2010)	Kesiapan individu dengan keterampilan, pengetahuan, dan kematangan emosional untuk beradaptasi dan berkontribusi dalam dunia kerja	<i>Responsibility</i>	1. Menyelesaikan tugas tepat waktu meskipun tanpa pengawasan langsung. 2. Memastikan pekerjaan yang saya kerjakan sesuai dengan standar yang ditetapkan. 3. Menerima konsekuensi atas keputusan yang diambil dalam pekerjaan.	Likert
			<i>Flexibility</i>	1. Menyesuaikan diri dengan perubahan jadwal atau tuntutan pekerjaan dengan cepat. 2. Nyaman bekerja di lingkungan yang dinamis dan sering berubah. 3. Mengerjakan berbagai jenis tugas sekaligus tanpa mengurangi kualitas hasil. 4. Terbuka terhadap ide-ide baru dalam menyelesaikan pekerjaan.	
			<i>Skills</i>	1. Memiliki keterampilan teknis yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas-tugas pekerjaan. 2. Aktif mencari kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan. 3. Menerapkan teori dan teknik yang dipelajari ke dalam praktik kerja sehari-hari. 4. Mampu menggunakan alat atau teknologi yang dibutuhkan dalam pekerjaan saya.	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala
			<i>Communication</i>	1. Menyampaikan ide atau pendapat dengan jelas kepada orang lain. 2. Mendengarkan dan memahami apa yang disampaikan oleh rekan kerja atau atasan. 3. Percaya diri saat berbicara di depan banyak orang atau dalam rapat kerja. 4. Bekerja sama dalam tim untuk mencapai tujuan bersama.	
			<i>Self View</i>	1. Percaya diri dengan kemampuan yang dimiliki untuk menghadapi tantangan di tempat kerja. 2. Memahami kelebihan dan kekurangan diri sendiri dalam konteks profesional. 3. Menjaga keseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi. 4. Yakin bahwa dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi organisasi.	
			<i>Health & Safety</i>	1. Aktif menjaga kebersihan dan kesehatan diri sendiri serta lingkungan kerja. 2. Mematuhi prosedur keselamatan kerja yang berlaku di lingkungan pekerjaan. 3. Tahu bagaimana cara menghindari risiko kecelakaan kerja di lingkungan profesional.	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala
2.	Pengalaman Magang (X ₁) Sumber: Nghia & Duyen (2019)	Suatu proses pembelajaran yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa atau pencari kerja untuk terlibat langsung dalam dunia kerja sebelum mereka benar-benar memasuki pasar tenaga kerja	Pengetahuan Profesional	1. Memperoleh pemahaman mendalam mengenai cara kerja industri/profesional selama magang. 2. Memahami teori yang telah dipelajari selama mengikuti magang. 3. Memperoleh wawasan baru terkait bidang pekerjaan yang diminati selama magang.	Likert
			Keterampilan Profesional	1. Meningkatkan keterampilan teknis yang diperlukan dalam bidang pekerjaan. 2. Meningkatkan kemampuan dalam memecahkan masalah di tempat kerja. 3. Meningkatkan kepercayaan diri dalam menggunakan alat atau teknologi yang terkait dengan bidang setelah magang.	
			Perubahan Sikap dan Perilaku terhadap Pembelajaran	1. Mengubah sikap tentang pentingnya pembelajaran berkelanjutan dalam pengembangan diri. 2. Lebih proaktif dalam mencari informasi dan pengetahuan. 3. Lebih terbuka terhadap umpan balik dan kritik konstruktif.	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala
			Membangun Jalur Karier	1. Magang membantu menentukan bidang pekerjaan yang sesuai dengan minat dan kemampuan. 2. Mendapatkan wawasan tentang peluang karier di masa depan. 3. Membantu mengenali kekuatan dan kelemahan pribadi dalam konteks profesional.	
			Jaringan dengan Para Profesional	1. Membangun jaringan yang mendukung pengembangan karier. 2. Membantu memahami budaya kerja di dunia profesional. 3. Berinteraksi dengan mentor yang berpengalaman selama magang.	
3.	<i>Personal Branding</i> (X ₂) Sumber: McNally & Speak (2010)	Proses strategis untuk menciptakan dan mengelola persepsi positif tentang diri sendiri, yang melibatkan identitas, keahlian, dan nilai-nilai	<i>Roles</i>	1. Aktif membagikan konten yang memperlihatkan peran pada <i>platform</i> sosial media yang dimiliki. 2. Memanfaatkan fitur penanda di sosial media untuk menuliskan peran dalam pekerjaan. 3. Rutin membagikan pencapaian atau proyek terbaru di LinkedIn untuk menegaskan peran profesional.	Likert

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala
		individu, dengan tujuan untuk membangun reputasi yang kuat di mata publik	<i>Standards</i> <i>Style</i>	1. Selalu mengecek keakuratan informasi dan kebenaran data sebelum memposting di media sosial. 2. Mengikuti format khusus dalam setiap postingan di LinkedIn agar konsisten standarnya. 3. Selalu menjaga konsistensi kualitas visual (resolusi gambar, <i>layout</i>) dan teks (tata bahasa, ejaan) di seluruh media sosial. 1. Memiliki gaya visual yang unik yang digunakan di seluruh <i>platform</i> media sosial. 2. Memilih foto profil dan banner LinkedIn yang seragam secara visual dengan gaya <i>personal branding</i> . 3. Menerapkan gaya penulisan profesional dan konsisten pada setiap <i>posting</i> di sosial media.	
4.	<i>Locus of Control</i> (X_3) Sumber: Rotter (1966)	Keyakinan individu mengenai hubungan antara tindakan dan hasil yang diperoleh, yang mencakup dua dimensi yaitu kontrol atas nasib sendiri (internal) dan pengaruh faktor luar	<i>Internal Locus of Control</i>	1. Merasa bahwa keberhasilan merupakan hasil dari usaha dan kerja keras diri sendiri. 2. Merasa bertanggung jawab atas keputusan yang dibuat dalam hidup. 3. Yakin dapat menemukan solusi melalui usaha ketika menghadapi kesulitan. 4. Mengambil tanggung jawab atas kesalahan yang dibuat. 5. Mengambil inisiatif untuk mencapai tujuan pribadi.	Likert

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala
		(eksternal) terhadap kehidupan mereka	<i>External Locus of Control</i>	1. Merasa bahwa apa yang terjadi, di luar kendali diri. 2. Merasa bahwa hasil dari usaha tergantung pada faktor-faktor di luar kendali diri. 3. Merasa bahwa situasi yang dihadapi sering kali tidak adil dan di luar kendali diri. 4. Merasa keputusan orang lain lebih menentukan hasil daripada usaha sendiri dalam banyak situasi. 5. Merasa bahwa keberhasilan sering kali bergantung pada keberuntungan atau kesempatan yang baik.	

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari bahasa Inggris *Validity* yang berarti keabsahan. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat validitas atau keabsahan suatu instrumen. Menurut Sugiyono (2019), validitas adalah derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk membantu perhitungan, peneliti menggunakan SPSS 27.0 untuk mengolah data. Penelitian ini menggunakan rumus *Pearson's Product Momen Correlation* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Rumus 3. 2 Uji Validitas

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien korelasi
- n : Jumlah responden
- $\sum X$: Jumlah skor item
- $\sum Y$: Skor total seluruh pertanyaan

Dasar pengambilan keputusan uji validitas adalah dengan membandingkan koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} berdasarkan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dengan n adalah jumlah sampel pra uji dengan tingkat signifikansi 5% sebagai berikut:

- a. Jika, $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan memanfaatkan bantuan SPSS versi 27. Setiap item pertanyaan dari masing-masing variabel diuji untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar valid. Sebelum menyebarkan kuesioner secara luas, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba atau *pre-test* kepada 30 responden. Berdasarkan jumlah sampel tersebut, diperoleh

nilai r tabel sebesar 0,361. Hasil perhitungan uji validitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pengalaman Magang (X ₁)	X1.1	0,925	0,361	VALID
	X1.2	0,865		
	X1.3	0,945		
	X1.4	0,940		
	X1.5	0,860		
	X1.6	0,885		
	X1.7	0,711		
	X1.8	0,770		
	X1.9	0,889		
	X1.10	0,889		
	X1.11	0,939		
	X1.12	0,926		
	X1.13	0,894		
	X1.14	0,895		
	X1.15	0,914		
<i>Personal Branding</i> (X ₂)	X2.1	0,761	0,361	VALID
	X2.2	0,777		
	X2.3	0,709		
	X2.4	0,590		
	X2.5	0,764		
	X2.6	0,767		
	X2.7	0,679		
	X2.8	0,853		
	X2.9	0,761		
<i>Locus of Control</i> (X ₃)	X3.1	0,603	0,361	VALID
	X3.2	0,614		
	X3.3	0,592		
	X3.4	0,584		
	X3.5	0,629		
	X3.6	0,733		
	X3.7	0,551		
	X3.8	0,775		
	X3.9	0,520		
	X3.10	0,554		
Kesiapan Kerja (Y)	Y.1	0,817	0,361	VALID
	Y.2	0,899		
	Y.3	0,879		
	Y.4	0,871		

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	Y.5	0,538		
	Y.6	0,679		
	Y.7	0,883		
	Y.8	0,877		
	Y.9	0,825		
	Y.10	0,766		
	Y.11	0,886		
	Y.12	0,765		
	Y.13	0,867		
	Y.14	0,618		
	Y.15	0,833		
	Y.16	0,714		
	Y.17	0,850		
	Y.18	0,870		
	Y.19	0,909		
	Y.20	0,905		
	Y.21	0,897		

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 3.4 diatas, dapat diketahui bahwa semua item yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk menilai sejauh mana hasil yang diperoleh akan tetap atau konsisten ketika pengukuran dilakukan secara berulang dari waktu ke waktu. Uji reabilitas ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan peneliti cukup dapat dipercaya (dapat diandalkan) sebagai alat pengumpulan data. Penelitian ini akan melakukan pengujian melalui SPSS 27.0 dan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dimana instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* > 0,6 dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{v_t^2} \right]$$

Rumus 3. 3 Uji Reliabilitas

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas Instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir atau item

ν_t^2 : Varian total

Pengujian *Alpha Cronbach* terhadap variabel Pengalaman Magang, *Personal Branding*, *Locus of Control*, dan Kesiapan Kerja pada penelitian ini diuji menggunakan program SPSS versi 27. Uji reliabilitas dilakukan pada 30 responden dengan hasil *Alpha Cronbach* yang dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut:

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Pengalaman Magang (X_1)	0,979	Reliabel
<i>Personal Branding</i> (X_2)	0,895	
<i>Locus of Control</i> (X_3)	0,809	
Kesiapan Kerja (Y)	0,972	

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3.5 di atas, dapat diketahui bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dengan nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,6.

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan bantuan *software* statistik berupa SPSS 27.0 yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 27.0 merupakan perangkat lunak yang digunakan untuk analisis statistik dalam penelitian kuantitatif. SPSS sering digunakan di berbagai bidang, seperti ilmu sosial, bisnis, kesehatan, dan pendidikan, untuk mengolah data, melakukan uji statistik, serta membuat visualisasi data.

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019), statistik deskriptif merupakan jenis statistik yang sering digunakan untuk menganalisis data dengan cara menjelaskan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang bersifat umum. Statistik deskriptif bertujuan untuk menyusun deskripsi atau representasi secara sistematis dan faktual mengenai karakteristik variabel, yang dimana memudahkan dalam memahami variabel-variabel yang diteliti, yaitu pengalaman magang, *personal branding*, *locus of control*, dan kesiapan kerja.

1. Nilai Rata-rata (*Mean*)

Mean merupakan nilai rata-rata dari sekumpulan data. Mean dihitung dengan menjumlahkan seluruh nilai dalam suatu kumpulan data dan membaginya dengan jumlah total observasi. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *mean*:

$$X = \frac{\sum Xi}{n} = \frac{1}{n} = (X1 + X2 + \dots + Xn)$$

Rumus 3. 4 Nilai Rata-rata

Keterangan:

X = *Mean*

$\sum$ = Jumlah

Xn = Variabel ke n

n = Banyaknya data atau sampel

2. Nilai Tengah (*Median*)

Median merupakan salah satu ukuran pemusatan data yang menunjukkan nilai tengah dari sekumpulan data yang telah diurutkan. Median membagi data menjadi dua bagian yang sama besar, di mana separuh data memiliki nilai yang lebih kecil atau sama dengan median, dan separuh lainnya memiliki nilai yang lebih besar atau sama dengan median. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung median:

$$Med = \frac{X1 + X2}{2}$$

Rumus 3. 5 Nilai Tengah

Keterangan:

Med = Median

X1 = Nilai tengah pertama dimana median terletak

X2 = Nilai tengah kedua dimana median terletak

3. Nilai yang Sering Muncul (Modus)

Modus merupakan nilai yang paling sering muncul dalam suatu kumpulan data. Dalam statistik, modus digunakan untuk menentukan data yang memiliki frekuensi tertinggi dalam distribusi. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung modus:

$$Mo = TB + \frac{a}{(a + b)} \times C$$

Rumus 3. 6 Nilai Modus

Keterangan:

Mo = Modus

TB = Titik bawah kelas modus (Kelas dengan frekuensi terbesar)

a = Selisih frekuensi kelas Mo dengan sebelumnya

b = Selisih frekuensi kelas Mo dengan sesudahnya

C = Interval kelas

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2019), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari variabel berdistribusi normal atau tidak. Apabila data pada setiap variabel tidak terdistribusi secara normal, maka parameter statistik tidak dapat diterapkan pada hipotesis yang diuji. Teknik yang akan digunakan untuk pengujian normalitas data pada penelitian ini adalah teknik *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk*. Uji ini digunakan untuk membantu peneliti dalam menemukan distribusi normal pada data penelitian, dengan ketentuan dalam uji sebagai berikut:

Hipotesis:

H_0 : Data tersebar normal

H_1 : Data tidak tersebar normal

Pengujian menggunakan uji normalitas dengan signifikansi ($\alpha = 5\%$). Dengan demikian, maka:

1. Jika P value (Sig) $> 0,05$ Maka H_0 diterima, berarti data berdistribusi normal.
2. Jika P value (Sig) $< 0,05$ Maka H_0 ditolak, berarti data tidak berdistribusi normal.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2019) uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa variabel-variabel independen dalam model tidak memiliki korelasi yang terlalu kuat. Kondisi ini dapat mengakibatkan koefisien regresi menjadi tidak stabil dan interpretasinya menjadi sulit, karena variabel-variabel independen saling memengaruhi. Tools yang digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika VIF > 10 dan nilai Tolerance < 0.10 maka terjadi multikolinieritas.
- b. Jika VIF < 10 dan Tolerance > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada berbagai tingkat variabel independen. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya heteroskedastisitas atau disebut homoskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas yang dilakukan dengan melihat pola pada scatterplot antara nilai prediksi (ZPRED) dan residual (SRESID). Jika titik-titik menyebar secara acak tanpa pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali (2018) analisis regresi berganda merupakan analisis yang mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap satu

variabel terikat (dependen). Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (dependen). Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung sebagai variabel terikat (dependen), sedangkan pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control* sebagai variabel bebas (independen). Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 27.0 dengan model persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

Rumus 3. 7 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

- Y : Kesiapan Kerja
- α : Konstanta
- β : Koefisien Regresi
- X₁ : Pengalaman Magang
- X₂ : *Personal Branding*
- X₃ : *Locus of Control*
- e : Epsilon

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan menguji signifikansi masing-masing koefisien regresi. Artinya, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (X₁, X₂, X₃) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perubahan variabel dependen (Y). Pada penelitian ini pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara pengalaman magang, *personal branding* dan *locus of control* terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta_n}{S\beta_n}$$

Rumus 3. 8 Uji Parsial (Uji t)

Keterangan:

β_n : Koefisiensi regresi masing masing

$S\beta_n$: Standar *error* masing masing variabel

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, lalu jika angka sig $> 0,05$ hubungan kedua variabel tidak signifikan.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, lalu jika angka sig $< 0,05$ hubungan kedua variabel signifikan.

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control* terhadap variabel dependen kesiapan kerja. Ghazali (2018) menjelaskan bahwa uji F dilakukan dengan melihat nilai F_{hitung} dalam tabel ANOVA. Jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau $p\text{-value} < 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak, artinya seluruh variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen, begitupun sebaliknya. Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 k}{1 - R^2 / n - k - 1}$$

Rumus 3. 9 Uji Simultan (Uji F)

Keterangan:

n : Jumlah sampel

k : Jumlah variabel bebas

R^2 : Koefisien determinasi

3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar proporsi variasi dalam Y yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa nilai R^2 berkisar antara 0-1, di mana semakin mendekati 1, semakin kuat kemampuan prediksi model. Berikut pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi:

Tabel 3. 6 Petunjuk Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2019)

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Generasi Z di Bandar Lampung mengenai pengaruh pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control*, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Variabel pengalaman magang secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.
2. Variabel *personal branding* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.
3. Variabel *locus of control* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.
4. Variabel pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah hubungan yang positif terhadap kesiapan kerja Generasi Z di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Setelah mengetahui pengaruh pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control* terhadap kesiapan kerja, maka saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Saran Teoretis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori perilaku organisasi melalui hasil analisis dimana pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control* memiliki pengaruh terhadap kesiapan kerja Generasi Z. Disarankan agar teori perilaku organisasi dapat mempertimbangkan

pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control* sebagai karakteristik awal individu berada pada posisi *inputs* untuk mendapatkan hasil akhir (*outcome*) berupa kesiapan kerja. Selain itu, penelitian ini bersifat kuantitatif dan berfokus pada analisis hubungan antar variabel, disarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau studi kasus untuk menggali secara lebih kontekstual bagaimana pengalaman magang, *personal branding*, dan *locus of control* terbentuk dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z.

Penelitian yang akan datang dapat mempertimbangkan variabel mediasi seperti *self efficacy*, *career motivation*, *employability*, dan sebagainya, serta variabel moderasi seperti jenis kelamin, dan tingkat pendidikan untuk mengembangkan model pembahasan yang lebih kompleks dan mendapatkan hasil penelitian yang lebih mendalam dan aplikatif. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang bersifat terbatas, sehingga hasil temuan tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh populasi Generasi Z di Bandar Lampung. Disarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan teknik *sampling* yang lebih representatif agar cakupan dan generalisasi hasil penelitian menjadi lebih luas.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini perlu diperhatikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, jumlah responden yang digunakan hanya sebanyak 100 orang, yang dirasa masih belum cukup untuk merepresentasikan kondisi yang sebenarnya secara lebih luas. Kedua, nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,459 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang digunakan belum sepenuhnya mampu menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi kesiapan kerja secara menyeluruh. Ketiga, cakupan populasi yang hanya terbatas di wilayah Bandar Lampung membuat hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan ke daerah lain dengan karakteristik yang berbeda. Keempat, pemilihan LinkedIn sebagai *platform* sosia media untuk membangun *personal branding* belum diulas secara mendalam sehingga peneliti selanjutnya dapat mengisi celah penelitian ini dengan membahas keaktifan akun LinkedIn setelah mendapat pekerjaan, apakah akun LinkedIn yang aktif dapat mempengaruhi kesiapan

kerja, ataupun keterkaitan variabel *locus of control* terhadap keaktifan aku LinkedIn. Terakhir, metode pengumpulan data yang menggunakan kuesioner melalui *Google Form* dan disebarluaskan secara *online* berpotensi menimbulkan ketidaksesuaian antara jawaban responden dengan kondisi atau pendapat mereka yang sebenarnya.

2. Saran Praktis

a. Bagi Perusahaan

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, variabel pengalaman magang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kesiapan kerja dibanding variabel lain dalam penelitian ini sehingga perusahaan diharapkan mulai mempertimbangkan pengalaman magang dalam penilaian atas kesiapan kerja calon pekerjanya. Pada variabel pengalaman magang didapati indikator keterampilan profesional menjadi salah satu indikator yang mendapat nilai paling rendah diantara indikator lain. Sehingga kepada perusahaan perusahaan disarankan dalam mengadakan program magang untuk dapat melatih keterampilan teknis dasar seperti komunikasi yang efektif dalam pekerjaan, kerja sama tim, pemecahan masalah sederhana, dan keterampilan penggunaan software ataupun alat atau sistem yang perusahaan gunakan, hal tersebut agar peserta magang tidak hanya menjalankan tugas administratif atau pengamatan pasif, melainkan benar-benar terlibat dalam proses kerja nyata yang meningkatkan keterampilan profesional mereka yang nantinya juga dapat bermanfaat untuk perusahaan.

b. Bagi Generasi Z

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, salah satu indikator pada variabel pengalaman magang yang mendapat nilai mean terendah adalah perubahan sikap dan perilaku terhadap pembelajaran, hal ini menunjukkan ketidaksesuaian yang peneliti dapatkan dari karakteristik Generasi Z yang dinilai senang mempelajari hal baru dan terbuka untuk berkolaborasi dalam memecahkan masalah. sehingga saran yang dapat peneliti berikan kepada Generasi Z yaitu untuk membuat rencana pembelajaran diri seperti

terkait penguasaan keterampilan, pemahaman budaya perusahaan, dan lain lain yang sifatnya terukur, sehingga Generasi Z akan lebih termotivasi dan perubahan sikap dan perilaku terhadap pembelajaran dapat terjadi secara lebih nyata dan terukur selama magang.

Pada variabel *personal branding*, indikator *roles* mendapat nilai terendah dari indikator lain, sehingga Generasi Z disarankan untuk mulai menentukan strategi dalam membangun peran didalam lingkungannya. Strategi tersebut dapat dimulai dari menentukan peran – peran apa yang dimiliki dan yang ingin mereka miliki, kemudian mulai untuk memperkuat bukti peran yang mereka miliki dengan mengikuti kegiatan yang mendukung peran tersebut dan mulai membentuk narasi diri mereka dalam *platform* yang mereka inginkan.

Pada variabel *locus of control* didapati indikator *external locus of control* lebih rendah dibanding dengan indikator *internal locus of control*, sehingga disarankan kepada Generasi Z untuk tidak hanya meyakini kemampuan diri sendiri melainkan juga terbuka dengan dari kemungkinan, dorongan, dan masukan dari luar untuk membentuk keseimbangan dan ketahanan mental yang baik dan tidak jatuh dalam keyakinan ekstrem seperti terlalu menyalahkan keadaan atau terlalu menyalahkan diri sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, Y. N. (2014). Hubungan antara Orientasi Masa Depan dan Daya Juang terhadap Kesiapan Kerja pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Mulawarman. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(3), 133–140. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v2i3.3653>
- Amri, M. U. (2017). Hubungan Pengalaman Praktek Kerja Lapangan terhadap Minat Bekerja di Industri pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknik Mesin Universitas Negeri Jakarta (*Doctoral dissertation*, Universitas Negeri Jakarta).
- Anggoro, T. Y. H., & Nurcahyani, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Personal Branding terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa pada Masa Pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 46–53. <https://doi.org/10.22225/jj.5.1.2021.46-53>
- Anggraini, D., & Hidayat, R. (2021). Preferensi Generasi Z terhadap Budaya Kerja di Era Digital. *Jurnal Sumber Daya Manusia*, 9(2), 101–110. <https://doi.org/10.24843/jsdm>
- Anggraini, L., Puji, K., & Suwarni, E. (2023). Pengaruh Pengalaman Kerja, Tingkat Pendidikan, Dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Generasi Z Di Bandar Lampung. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 532-541.
- Anisah *et al.* (2024). Peran Milenial dan Gen Z dalam Mendorong Kewirausahaan di Indonesia: Analisis Teori SCT dalam Konteks Pengasuhan Otoritatif. *ProBank*, 9(1), 36-50.
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59-72. ejournal.upnvj.ac.id, <https://ejournal.upnvj.ac.id/asrj/article/view/5812>
- Astria, M., & Rahmawati, F. M. (2025). Pengaruh Digital Literacy, Locus Of Control Dan Adversity Quotient Terhadap Kesiapan Kerja Generasi Z. *Economics and Digital Business Review*, 6(1), 117-128.
- Azied, F. U. (2022). Sistem Magang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan Studi Kasus PT. NI (*Bachelor's thesis*, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/62500>

- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. (2024). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bandar Lampung, 2023*. Diakses pada 8 Januari 2025, dari <https://bandarlampungkota.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-bandar-lampung.html?year=2023>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. (2024). *Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) (Persen), 2024*. Diakses pada 30 April 2025, dari <https://bandarlampungkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/OTkjMg==/tingkat-partisipasi-angkatan-kerja--tpak---persen-.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. (2024). *Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Menurut Kelompok Umur, 2022-2023*. Diakses pada 30 April 2025, dari <https://lampung.bps.go.id/id/statistics-table/2/ODA2IzI=/tingkat-partisipasi-angkatan-kerja--tpak--menurut-kelompok-umur.html>
- Barros da Cunha, A. ., Erom, K. ., & Talok, D. . (2023). Pengaruh Motivasi Kerja, Pengalaman Magang dan *Soft Skill* terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa (*Literatur Review Manajemen Pendidikan*). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(6), 846–852. <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i6.1635>
- Brown, D. (2002). *Career Choice and Development* (Edisi ke-4, hlm. 255-311). San Francisco: Jossey-Bass.
- Business Insider. (2021). *Generation Z News: Latest Characteristics, Research, and Facts*. Diakses pada 07 Januari 2025, dari <https://www.businessinsider.com/generation-z?IR=T>
- Caballero, C., Walker, A., & Fuller, T. (2011). The Work Readiness Scale: Developing a Measure to Assess Work Readiness in College Graduates. *Journal of Teaching and Learning for Graduate employability*, 2(2), 41-54. doi:10.21153/jtlge2011vol2no1art552
- Chairunissa, D., & Rahmayanti, H. (2023). Membentuk Kesiapan Kerja Mahasiswa melalui Program Magang. *Journal of Engineering Education and Pedagogy*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.56855/jeep.v2i1.683>
- Cecconi, C., Adams, R., Cardone, A., Declaye, J., Silva, M., Vanlerberghe, T., ... & van Vugt, J. (2025). Generational differences in healthcare: the role of technology in the path forward. *Frontiers in Public Health*, 13, 1546317.
- Crider, Andrew B, (2003). *Psychology*. Scott, Foresman & Company.
- Delloite. (2023). *2023 Gen Z and Millennial Survey Waves of change: acknowledging progress, confronting setbacks*. Diakses pada 14 Juli 2025, dari <https://www.deloitte.com/global/en/about/press-room/2023-gen-z-and-millennial-survey.html>
- Dalyono, M. (2012). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.

- Dangmei, J., & Singh, A. (2016). Understanding the generation Z: the future workforce. *South-Asian journal of multidisciplinary studies*, 3(3), 1-5.
- Dilla *et al.* (2024). Pengaruh Pengalaman Magang, Minat Kerja, dan Efikasi Diri terhadap Kesiapan Kerja (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Angkatan Tahun 2018-2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau). (Skripsi Sarjana, Universitas Riau). https://digilib.unri.ac.id/index.php?p=show_detail&id=115783&keywords=
- Djunaedi, N., Juwitaningrum, I., & Ihsan, H. (2022). Pengaruh locus of control terhadap kematangan karir yang dimediasi oleh self-efficacy pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Insight*, 6(2), 103-114.
- Fajriyanti *et al.* (2023). Analisis Motivasi Kerja Generasi Z yang Dipengaruhi oleh Lingkungan Kerja dan Komitmen Kerja. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 107–115. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.808>
- Febylania, A., Nursanti, S., & Lubis, F. M. (2022). Media Sosial Instagram sebagai Tempat untuk *Personal Branding* Seorang Selebgram. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(22), 147-155.
- Febrianty, S. E., & Muhammad, S. (2023). *Manajemen sumber daya manusia yang pro Gen Z*. Tasikmalaya: Penerbit Inteligi.
- Fitrayansyah *et al.* (2022). Pengaruh *Locus of Control* dan Motivasi Kerja terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Akademi Komunitas Negeri Aceh Barat. *VOCATECH: Vocational Education and Technology Journal*, 4(1), 65-75.
- Flores & Jansson. (2022). Being Innovative, Fun, and Green? Hedonic and Environmental Motivations in The Use of Green Innovations. *Journal of Marketing Management*, 38(17–18), 1907–1936. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2022.2062426>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2024). *‘True Gen’: Generation Z and Its Implications for Companies*. Diakses pada 07 Januari 2025, dari <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Gazali, H. (2019). *Islam Untuk Gen Z: Mengajarkan Islam, Mendidik Muslim Generasi Z: Panduan Bagi Guru PAI*. Jakarta: Wahid Foundation
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gohae, A. (2020). Pengalaman Magang, Minat Kerja dan Pengaruhnya terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 1954-1964. <https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.748>
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Hasibuan, L. (2024). *Ramai-ramai Perusahaan Pecat Pekerja Gen Z, Ini 10 Alasannya*. Diakses pada 09 Januari 2025, dari <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20241018135928-33-580825/ramai-ramai-perusahaan-pecat-pekerja-gen-z-ini-10-alasannya>
- Hidayat, A., & Nurmalasari, Y. (2023). Dampak Magang terhadap Penentuan Jalur Karier Mahasiswa di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pengembangan Karier Indonesia*, 5(1), 45–60. <https://doi.org/10.26740/jpki.v5i1.11234>
- Hidayat, R., & Suryani, T. (2022). Preferensi kerja generasi Z terhadap sektor swasta di era digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(1), 77–85.
- Hidayatulloh *et al.* (2021). Pengaruh *Locus Of Control* dan Pengalaman Praktik Kerja Lapangan terhadap Kesiapan Kerja Siswa SMK YPM 8 Sidoarjo. *JoEMS (Journal of Education and Management Studies)*, 4(6), 21–28.
- Juariah. (2019). Pengaruh *Soft Skill* dan Motivasi Kerja terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Bengkulu*, 1(1), 1–11.
- Judijanto *et al.* (2024). *Personal Branding: Membangun Citra Positif dalam Persaingan Global*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kirani, F. F. ., & Chusairi, A. (2022). Tinjauan Sistematis: Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kesiapan Kerja. *Jurnal Abdi Insani*, 9(3), 821–828. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i3.646>
- Kristyowati, Y. (2021). Generasi “Z” dan strategi melayaninya. *Ambassadors: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*, 2(1), 23–34.
- Kurniawan, S. J., Kumara, A. R., & Bhakti, C. P. (2019). Strategi Layanan Perencanaan Individual untuk Mengembangkan *Work Readiness* pada Siswa SMK. *Seminar Nasional Pendidikan (Sendika)* (Vol. 3, No. 1, pp. 109–116).
- Lent & Brown. (2019). Social Cognitive Career Theory at 25: Empirical Status of The Interest, Choice, and Performance Models. *Journal of Vocational Behavior*, 115, 103316.
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (2002). Social cognitive career theory. *Career choice and development*, 4(1), 255–311.
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a Unifying Social Cognitive Theory of Career and Academic Interest, Choice, and Performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79–122.
- Lestari, M. D., & Prabowo, H. (2021). Hubungan tingkat pendidikan dengan kesiapan kerja generasi Z di Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Karier*, 6(2), 134–142.

- Lina, L. F., Puspaningtyas, N. D., Salsabila, P. S. D. S., & Masturiah, I. PERSONAL BRANDING DAN PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA UNTUK PENGEMBANGAN KARIR PADA GENERASI Z DI LAMPUNG SELATAN.
- Lubis, A. S., & Hanayani, R. (2022). *Generasi Z dan Entrepreneurship Studi Teoretis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha*. Bogor: Bypass
- Malau et al. (2024). Pengaruh *Locus of Control* dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada CV Klasindo Plafon PVC. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 5(2), 84–99. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v5i2.1810>
- Martin, E. (1997). *The Effectiveness of Different Models of Work-Based University Education*. Canberra: Aust. Government Pub. Services.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2010). *Be Your Own Brand: Achieve More of What You Want by Being More of Who You Are*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon: Realize Greater Influence, Explosive Income Growth and Rapid Career Advancement by Applying The Branding Techniques of Michael, Martha & Oprah*. New York: Personal Branding Press.
- Mulyadi, D. 2015. *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Muspawi, M. ., & Lestari, A. (2020). Membangun Kesiapan Kerja Calon Tenaga Kerja. *Jurnal Literasiologi*, 4(1). <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v4i1.138>
- Muyasaroh, H. B., & Hamidi, N. (2013). Pengaruh Pengalaman Praktik Kerja Industri dan *Locus Of Control* terhadap Kesiapan Kerja Siswa Kelas XII SMK Negeri 1 Surakarta. *Jupe-Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(1).
- Nasution, A. K. P. (2020). Integrasi Media Sosial dalam Pembelajaran Generasi Z. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 13(1), 80–86. <https://doi.org/10.24036/tip.v13i1.277>
- Nasution, R. A., & Pratama, A. R. (2022). Efektivitas Program Magang dalam Meningkatkan Kesiapan Kerja Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2), 123–132
- Nghia, T. L. H., & Duyen, N. T. M. (2019). Developing and validating a scale for evaluating internship-related learning outcomes. *Higher Education*, 77(1), 1-18.
- Nuraeni et al. (2024). Pengaruh Pengalaman Magang terhadap Kesiapan Kerja *Fresh Graduates* di Universitas Catur Insan Cendekia. *Jurnal EBI*, 6(2), 47-51.

- Oktaviani, R., & Maulidina, N. (2020). Persepsi Makna Kerja pada Mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Psikologi Udayana*, 7(2), 112–121. <https://doi.org/10.24843/JP>
- Pambajeng, A. P., Sumartik, S., & Kumala, H. M. (2024). Pengaruh Pengalaman Magang, Motivasi Kerja, dan *Soft Skill* terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa dalam Memasuki Dunia Kerja. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 2864-2875.
- Pratiwi, D. (2021). Perubahan Sikap Belajar Mahasiswa Pasca Magang: Studi Kasus di Perusahaan Teknologi Jakarta. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 15(3), 210–225. <https://doi.org/10.15294/jpp.v15i3.23456>
- Prianto, A. (2013). Berbagai Variabel yang Memengaruhi Kesiapan Bekerja Para Pencari Kerja. *Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia*, 42(3) 219-247.
- Putri *et al.* (2022). *Personal Branding* Politikus melalui Media Sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(2), 195-207.
- Putri, A. R., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh *an* terhadap kesiapan kerja mahasiswa tingkat akhir. *Jurnal Psikologi Insight*, 12(2), 145–153.
- Raharjo, B., Santoso, R., & Dewi, L. (2019). Pengembangan Keterampilan Profesional melalui Program Magang di Industri Pariwisata Bali. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(2), 123–135. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.123>
- Rahayu, T., Marka, M. M., Septanti, A. L., & Nijwah, I. S. (2024). The Role of Personal Branding in Increasing Generation Z Career Success. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(3), 673-682.
- Rahmadani, M., & Putri, N. (2021). Kesesuaian Nilai Pekerjaan terhadap Pilihan Karier Generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 7(3), 212–221. <https://doi.org/10.25077/jisp.v7i3>
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming gen Z in job world (Selamat datang generasi Z di dunia kerja). *Proceeding Indonesian Carrier Center Network (ICCN) Summit 2019*, 1(1), 21-24.
- Rajagukguk, T. (2017). Pengaruh Perilaku Organisasi terhadap Prestasi Karyawan pada PT. Perkebunan Nusantara II (Persero) Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3(2), 124-137.
- Riza, A. (2017). Pengaruh *Locus Of Control* dan Stres Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Pada Auto 2000–PT Astra Internasional Tbk. Toyota Kantor Cabang Raden Intan Bandarlampung). (Skripsi Sarjana, Universitas Lampung)
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Essentials of Organizational Behavior*. Pearson.

- Robbins, S. P., Judge, T. A., & Millett, B. (2015). *OB: The Essentials*. Pearson Higher Education AU.
- Romadoni *et al.* (2023). Pengaruh Kegiatan Magang dan Motivasi Kerja terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa STIE Nusa Megakencana Yogyakarta. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 3, 515–523.
- Romdoni *et al.* (2021). Pelaksanaan Program Magang Dunia Usaha dan Industri Ditinjau dari Persepsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran FKIP UNS Tahun 2019. *JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*, 5(1), 43-54.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1–28.
- Santoso, S., & Saputra, F. (2024). Pengaruh Konflik Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Pekerja Gen Z Di Bandar Lampung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 9(1), 207-218.
- Sagita, M. P., Hami, A. E., & Hinduan, Z. R. (2020). Development of Indonesian Work Readiness Scale on Fresh Graduate in Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 19(3), 297-314.
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!. In *Forum Manajemen* (Vol. 35, No. 2, pp. 1-10).
- Sari, D. K., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(2), 115–123.
- Sari, D. P., & Putra, A. R. (2022). Kesiapan kerja generasi Z di era digital: Studi pada mahasiswa Indonesia. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 19(1), 45-56.
- Sari, R., & Wijaya, T. (2020). Integrasi Pengetahuan Teoretis dan Praktis melalui Magang: Studi pada Mahasiswa Teknik Mesin. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 12(2), 201–215. <https://doi.org/10.21009/jpv.120201>
- Setiawan, S., & Yusnaini, Y. (2021). Pengaruh *Locus Of Control* dan Kompetensi Diri terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa IAIN Lhokseumawe. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 3962-3974.
- Setyawan, M. Y. H., & Munari, A. S. (2020). *Panduan Lengkap Membangun Sistem Monitoring Kinerja Mahasiswa Internship Berbasis Web dan Global Positioning System*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Sholikhah *et al.* (2021). Self-Efficacy and Student Achievement for Enhancing Career Readiness: The Mediation Of Career Maturity. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 27(1), 15-25. DOI: <https://doi.org/10.21831/jptk.v27i1.35657>

- Sholihah, S. M. A., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, 2(2), 102-110.
- Simanungkalit *et al.* (2024). Pengaruh Pengalaman Magang terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa. *JMRI: Journal of Multidisciplinary Research and Innovation*, 2(3), 82–86. <https://doi.org/10.61240/jmri.v2i3.84>
- Slameto. (2015). *Belajar dan Faktor-faktor yang Memengaruhi*. Jakarta: PT Aneka Cipta.
- Sobirin, A. (2019). *Organisasi dan Perilaku Organisasi. Budaya Organisasi, Pengertian, Makna dan Aplikasinya*. STIM YKPN.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi Ke-2)*. Bandung: ALFABETA.
- Sukmawati Marjuni, S. E. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Vol. 1)*. Makassar: Sah Media.
- Suyanto, B. (2020). Analisis Kesiapan Kerja Lulusan Perguruan Tinggi dalam Menghadapi Dunia Industri 4.0. *Jurnal Pendidikan*, 8(2), 157-165.
- Syailla, A. N. (2017). Pengaruh Praktik Kerja Industri dan Motivasi Kerja terhadap Kesiapan Kerja Siswa Kelas XII. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(3), 358-365.
- Tentama, F., & Abdussalam, F. (2020). Internal Locus of Control and Entrepreneurial Intention: A Study on Vocational High School Students. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 14(1), 97-102.
- Tran, A. T., & Von Korfflesch, H. (2016). A Conceptual Model of Social Entrepreneurial Intention Based on The Social Cognitive Career Theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 17-38.
- Wang, D., Liu, X., & Deng, H. (2022). The Perspectives of Social Cognitive Career Theory Approach in Current Times. *Frontiers in psychology*, 13, 1023994.
- Wearesocial. (2024). *Digital 2024: 5 Billion Social Media Users*. Diakses pada 17 Januari 2025, dari <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Wibowo, A., & Rimawati, E. (2024). Analisa Faktor-faktor *Personal Branding* terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa STMIK Sinar Nusantara Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(4). <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v8i4.15244>
- Wijaya, C. (2017). *Perilaku organisasi*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI).

Williams, K. C., Page, R. A., Petrosky, A. R., & Hernandez, E. H. (2020). Employing Generation Z: Understanding the Needs of the Newest Workforce. *Journal of Business Diversity*, 20(3), 33–40.