

Pengaruh Ekspektasi dan Motivasi Terhadap Keputusan Karir Generasi Z Yang Dimediasi Oleh Media Sosial

The Influence Of Expectations and Motivation On Generation Z Career Decisions Mediated By Social Media

Puja Endah Suwardani Putri^{a*}, Irmawati^b

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{a,b}

^ab100220440@student.ums.ac.id*, ^birm254@ums.ac.id

Abstract

This study aims to examine the influence of expectation and motivation on Generation Z's career decision, with social media acting as a mediating variable. An explanatory quantitative approach was employed to empirically test the causal relationships among constructs. The study population consisted of Generation Z individuals aged 17–26 years who are active social media users and are currently in a career decision-making phase. Purposive non-probability sampling was applied, resulting in 86 valid respondents. Data were collected using a five-point Likert-scale structured questionnaire and analyzed through Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using SmartPLS software. The results indicate that expectation and motivation have a significant direct effect on career decision-making among Generation Z. Furthermore, both expectation and motivation significantly influence social media usage, while social media demonstrates a significant mediating role in the relationship between expectation, motivation, and career decision. These findings suggest that social media serves as a strategic channel through which individual psychological factors are translated into career-related decisions among Generation Z.

Keywords: Career Decision; Expectation; Generation Z; Motivation; Social Media.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekspektasi dan motivasi terhadap keputusan karir Generasi Z dengan media sosial sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatoris untuk menguji hubungan kausal antar konstruk secara empiris. Populasi penelitian adalah Generasi Z berusia 17–26 tahun yang aktif menggunakan media sosial dan berada pada fase pengambilan keputusan karir. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive non-probability sampling dengan menghasilkan 86 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) berbasis SmartPLS. Hasil analisis menunjukkan bahwa ekspektasi dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan karir Generasi Z, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Selain itu, ekspektasi dan motivasi juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap media sosial, sementara media sosial berperan signifikan dalam memediasi hubungan antara ekspektasi dan motivasi terhadap keputusan karir. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial berfungsi sebagai mekanisme penting dalam mentransmisikan pengaruh psikologis individu terhadap pembentukan keputusan karir Generasi Z.

Kata Kunci: Ekspektasi; Generasi Z; Keputusan Karir; Media Sosial; Motivasi.

1. Pendahuluan

Dalam lanskap Society 5.0 yang ditandai oleh akselerasi digital, performa dan keberhasilan individu di arena kerja semakin ditentukan oleh faktor intrapersonal, khususnya pada Generasi Z yang kini menjadi aktor dominan dalam tenaga kerja. Motivasi diposisikan sebagai konstruksi psikologis internal yang bersifat goal-directed dan menjadi penggerak utama perilaku kerja (Lestari & Perdhana, 2023). Dorongan

ini secara strategis mengarahkan preferensi serta penalaran dalam pengambilan keputusan karier, mengingat Gen Z memiliki konfigurasi nilai, ekspektasi, dan orientasi kerja yang tidak identik dengan generasi sebelumnya (Amarta & Irmawati, 2022; Lestari & Perdhana, 2023). Pada saat yang sama, kesiapan karier—termasuk aktivitas eksploratif—dibentuk oleh persepsi kesesuaian individu dengan lingkungan kerja yang diantisipasi (Kou & Mohd Rasdi, 2025), sementara ekspektasi kerja berfungsi sebagai lensa utama Gen Z dalam mendefinisikan pekerjaan ideal, seperti fleksibilitas, work-life balance, peluang pengembangan diri, dan makna kerja (Rani et al., 2022).

Preferensi tersebut juga berkorelasi dengan ketertarikan terhadap organisasi yang merepresentasikan nilai personal serta menunjukkan komitmen nyata terhadap corporate social responsibility, yang terbentuk dari pengalaman generasional tidak langsung atas krisis ekonomi dan intensitas paparan keberagaman sosial-budaya melalui teknologi digital (Twenge, 2023; Vernia-Carrasco, 2025). Dalam ranah praktis, transformasi rekrutmen berbasis digital melalui e-recruitment dan media sosial memperluas akses informasi organisasi dan terbukti meningkatkan niat melamar kerja, dengan reputasi perusahaan berfungsi sebagai mediator yang memperkuat relasi tersebut (Handayani & Irmawati, 2023; Rani et al., 2022). Media sosial kemudian menjadi medium utama Gen Z dalam mengonstruksi penilaian terhadap employer image, peluang karier, dan kultur kerja; sehingga, meskipun penggunaan media sosial berorientasi karier memperluas horizon informasi dan kesempatan kerja, eksposur yang kontinu juga berpotensi memicu eskalasi kecemasan karier (Rani et al., 2022).

Dalam lanskap kerja yang ditandai oleh perubahan cepat dan ketidakpastian struktural, career adaptability muncul sebagai kapabilitas kunci bagi tenaga kerja Generasi Z, di mana level adaptabilitas yang relatif tinggi dipengaruhi oleh variabel demografis seperti usia serta durasi pengalaman kerja (Handayani & Irmawati, 2023). Secara paralel, orientasi karier generasi ini terfokus pada pencapaian pekerjaan yang selaras dengan ekspektasi kompensasi, pemeliharaan standar hidup yang layak, serta akumulasi aset secara berkelanjutan sebagai strategi jangka panjang untuk menjamin rasa aman ekonomi.

Orientasi Generasi Z terhadap dunia kerja tidak terlepas dari penekanan kuat pada harmonisasi antara ranah personal dan profesional, yang secara implisit membentuk preferensi serta keputusan karier yang diambil. Dorongan tersebut berakar pada motivasi kerja, yakni kondisi internal yang menstimulasi individu untuk terlibat dalam aktivitas tertentu demi merealisasikan kebutuhan dan tujuan personal (Fajriyanti et al., 2023). Motivasi tumbuh dari kesadaran akan kebutuhan diri dan impuls kehendak yang diarahkan pada pencapaian kepuasan, sehingga kerap diposisikan sebagai motor penggerak tindakan manusia (Izza & Irmawati, 2022). Sebagai kekuatan psikologis yang bersifat konstruktif, motivasi mengarahkan perilaku individu secara positif menuju objek atau aktivitas yang menjadi sasaran pemenuhan diri. Dalam konteks transisi Generasi Z menuju dunia kerja, intensitas motivasi yang relatif tinggi berkontribusi pada manifestasi performa kerja yang optimal (Fajriyanti et al., 2023).

2. Tinjauan Literatur

Ekspektasi

Menurut Huang dan Ho, (Basalamah & As'ad, 2021) Ekspektasi kerja mengacu pada tingkat pemenuhan ekspektasi karyawan yang kembali bekerja tentang

pekerjaan mereka seperti posisi, tugas, dan Tingkat otonomi dalam pekerjaan mereka. ketika menilai calon pemberi pekerja, para pencari kerja memiliki ekspektasi terhadap organisasi dan jenis pekerjaan mereka, Menurut (Rani et al., 2022) Ekspektasi para generasi muda saat ini tentang tempat di mana mereka bekerja tentu menjadi penting untuk dipertimbangkan. keamanan dalam bekerja, asuransi kesehatan, serta atasan yang supportif menjadi tiga faktor penting yang dipertimbangkan generasi saat ini untuk melamar pekerjaan di sebuah perusahaan. pada saat yang sama, mereka mencari tempat kerja yang menyenangkan dengan waktu kerja yang fleksibel dan pembayaran liburan, yang sangat dihargai (Gabrielova & Buchko, 2021)

Motivasi

Menurut (Basalamah & As'ad, 2021) bahwa motivasi kerja merupakan suatu kondisi yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai keinginannya. Motivasi dalam diri seseorang merupakan suatu kekuatan yang akan mewujudkan suatu perilaku dalam mencapai kepuasan diri pada suatu jenis kegiatan tertentu, dan arahnya positif dengan mengarah pada objek yang menjadi tujuan. Menurut (Schröder, 2024) Sebagai generasi yang baru menginjak dunia kerja, mereka tentunya memiliki motivasi yang tinggi dalam bekerja, dan motivasi itu berdampak pada tingkat kinerja yang tinggi.

Keputusan karir Generasi Z

Pembentukan intention kandidat untuk mengajukan lamaran kerja tidak dapat dilepaskan dari peran strategis perusahaan sebagai entitas yang membangun daya tarik organisasi (Rey et al., 2023). Dalam konteks pengambilan keputusan karir, individu menjalani proses evaluatif yang multidimensional dengan mempertimbangkan kapabilitas personal, preferensi intrinsik, orientasi nilai, serta proyeksi tujuan hidup, yang pada Generasi Z kohort kelahiran 1995-2010 yang tumbuh sebagai digital natives dipengaruhi secara kuat oleh karakter khas seperti kebutuhan akan fleksibilitas, work-life equilibrium, dan adaptivitas terhadap disruptif inovatif. Ekspektasi diri yang tinggi serta motivasi kerja berbasis self-development dan pencarian makna kerja berfungsi sebagai determinan utama arah pilihan karir, sementara ekosistem media sosial beroperasi sebagai arena informasi, referensi simbolik, dan jejaring relasional yang memfasilitasi proses eksplorasi serta komparasi alternatif karir, sehingga keputusan karir Generasi Z terbentuk melalui sintesis faktor internal dan interaksi sosial digital yang dinamis (Handayani & Irmawati, 2023). Lebih lanjut, kompetensi tidak bekerja secara langsung dalam menentukan keputusan karir, melainkan diaktivasi melalui mekanisme mediasi motivasi kerja yang menjembatani kapasitas individu dengan efektivitas pengambilan keputusan karir.

Media Sosial

Menurut Levine dan Aley, (2022) media sosial telah muncul sebagai sumber daya yang berharga dalam mencari informasi terkait karir, menawarkan pendekatan yang hemat biaya untuk meningkatkan peluang menemukan pekerjaan baru. platform media sosial menyediakan saluran komunikasi aktif antara publik dan suatu organisasi (Ghorbanzadeh et al., 2025). Menurut (Zhang et al., 2024) Bahwa media sosial sangat kuat dan bermanfaat bagi pengembangan karir. Banyak Perusahaan yang memanfaatkan media sosial sebagai alat yang efektif untuk memperkuat citra perusahaan dan terhubung dengan calon karyawan. Melalui penggunaan platform ini secara strategis, organisasi dapat mengkomunikasikan proposisi nilai unik mereka, menumbuhkan citra Perusahaan yang positif, dan menarik sekumpulan kandidat yang berkualitas (Ghorbanzadeh et al., 2025). Menurut (Zhang et al., 2024) Media sosial memungkinkan para pemberi kerja untuk menumbuhkan hubungan emosional yang bermakna dengan calon pekerja melibatkan mereka secara aktif dan menawarkan wawasan tentang lingkungan kerja dan peluang karir perusahaan.

Hipotesis Penelitian

Pengaruh ekspektasi terhadap keputusan karir gen Z

Ekspektasi karir merupakan salah satu faktor kognitif yang berperan penting dalam proses pengambilan keputusan karir. Perbedaan ekspektasi antar generasi mencerminkan perubahan nilai, pengalaman, dan kondisi sosial ekonomi yang

mempengaruhi orientasi karir. Selain itu, kesiapan karir dan kesesuaian individu dengan lingkungan juga turut menentukan bagaimana ekspektasi tersebut diterjemahkan dalam keputusan karir. Ekspektasi karir yang lebih realistik dikalangan Generasi Z berpengaruh positif terhadap Keputusan karir yang lebih stabil dan terarah dibandingkan dengan Generasi Y yang memiliki ekspektasi namun kurang realistik (Ayoobzadeh et al., 2024). Kesiapan karir memediasi hubungan antara kesesuaian individu dengan lingkungan dan ekspektasi terhadap pekerjaan yang layak, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan karir (Rasdi 2024). (Ayoobzadeh et al., 2024) pada penelitiannya *a tale of two generations: a timelag study of career expectations* menunjukkan bahwa ekspektasi karir gen Z berpengaruh positif terhadap keputusan karir.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Ekspektasi berpengaruh positif terhadap Keputusan karir Generasi Z.

Pengaruh motivasi terhadap Keputusan karir Generasi Z.

Perubahan dinamika kerja dan meningkatnya partisipasi Generasi Z dalam dunia profesional telah mendorong perhatian lebih terhadap faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi Keputusan karir mereka. Salah satu faktor utama yang relevan untuk dikaji adalah motivasi. Generasi Z dikenal memiliki kebutuhan tinggi akan *flexibility*, pengembangan diri, serta lingkungan kerja yang mendukung. Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Motivasi kerja yang tinggi dan peluang untuk peluang untuk perkembangan secara profesional merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusanya untuk tetap bertahan di suatu organisasi (Basalamah & As'ad, 2021). Motivasi merupakan suatu kondisi yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai keinginannya (Basalamah & As'ad, 2021) pada penelitiannya *The Role of Work Motivation and Work Environment in Improving Job Satisfaction* bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2: Motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan karir Generasi Z.

Pengaruh ekspektasi terhadap media sosial

Ekspektasi penggunaan terhadap media sosial memainkan peran krusial dalam menentukan bagaimana mereka menilai konten, fitur, dan interaksi yang terjadi didalamnya. Ekspektasi ini dapat mempengaruhi persepsi terhadap kredibilitas informasi, tingkat keterlibatan, serta kepuasan yang dirasakan saat menggunakan platform tersebut. Mengingat bahwa platform menyediakan banyak peluang untuk manajemen kesan, media sosial dipenuhi dengan representasi positif yang mungkin dibesar-besarkan atau mungkin di idealkan (Zhang et al., 2024). Yang mungkin memunculkan ekspektasi perbandingan ketat misalkan membandingkan diri sendiri dengan orang yang lebih kaya (Kou & Mohd Rasdi, 2025). Penelitian yang dilakukan oleh Devara dan Soepatini (2025) menunjukkan bahwa ekspektasi terhadap konten sosial yang informatif dan relevan di media sosial, khususnya Instagram, berpengaruh signifikan terhadap niat berkelanjutan pengguna dalam menggunakan platform tersebut. Hasil penelitian ini mengungkap bahwa semakin tinggi harapan pengguna terhadap kualitas informasi yang tersedia, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk terus menggunakan media sosial tersebut. Hubungan ini dimediasi oleh pengaruh sosial informatif, yang memperkuat keputusan pengguna berdasarkan rekomendasi dan pengalaman orang lain di lingkup media sosial.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Ekspektasi berpengaruh positif terhadap media sosial.

Pengaruh motivasi terhadap media sosial

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Penggunaan media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknologi, tetapi juga oleh dorongan internal pengguna yang dikenal sebagai motivasi. Motivasi ini dapat berupa kebutuhan untuk berinteraksi sosial, mencari informasi, mengekspresikan diri, hingga dapat pengakuan

dari lingkungan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh (Fajriyanti et al., 2023) menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan media sosial dalam konteks minat berwirausaha mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi individu, baik secara intrinsik maupun ekstrinsik, maka semakin aktif pula pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk menunjang kegiatan kewirausahaan. Hal ini memperkuat pandangan bahwa motivasi merupakan faktor pendorong utama dalam menentukan intensitas dan tujuan penggunaan media sosial

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Motivasi berpengaruh positif terhadap media sosial.

Pengaruh media sosial terhadap keputusan karir Generasi Z

Media sosial saat ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi platform yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk pengambilan keputusan karir. Melalui paparan terhadap konten profesional, kisah sukses individu, serta tren industri yang tersebar luas di media sosial, individu khususnya generasi muda dapat terinspirasi membentuk persepsi dan bahkan merubah preferensi mereka terhadap pilihan karir. Penelitian (Zhang et al., 2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berorientasi pada karir berkontribusi secara signifikan terhadap kecemasan karier dan mendorong eksplorasi karier mahasiswa. Eksplorasi ini merupakan tahapan penting dalam pengambilan keputusan karier, sehingga secara tidak langsung, media sosial berpengaruh terhadap keputusan karier generasi muda, khususnya mahasiswa yang sedang dalam transisi ke dunia kerja.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Media sosial berpengaruh terhadap Keputusan karir Generasi Z.

Pengaruh ekspektasi terhadap keputusan karir generasi Z yang dimediasi oleh media sosial

Generasi Z tumbuh dalam era digital yang dipenuhi oleh ekspektasi sosial dan personal yang dipengaruhi oleh keberadaan media sosial. Ekspektasi terhadap pencapaian karir yang tinggi sering kali terbentuk dari konten-konten yang mereka konsumsi secara online, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi cara mereka mengambil keputusan terkait jalur karir (Zhang et al., 2024) menemukan bahwa penggunaan media sosial berperan penting dalam membentuk keputusan karier mahasiswa. Ekspektasi terhadap nilai kerja yang terbentuk melalui paparan konten profesional di media sosial meningkatkan efikasi diri dan memperkuat keputusan karier. Temuan ini menegaskan peran media sosial sebagai mediator antara ekspektasi dan pengambilan keputusan karier di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Z

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Media sosial memediasi hubungan antara ekspektasi terhadap Keputusan karir generasi Z.

Pengaruh motivasi terhadap keputusan karir generasi Z yang dimediasi oleh media sosial

Motivasi merupakan salah satu faktor penting yang mendorong individu dalam menentukan arah dan tujuan karir. Bagi generasi Z yang sangat akrab dengan teknologi dan media sosial, proses pengambilan keputusan karir tidak lagi dipengaruhi oleh faktor internal, tetapi juga oleh informasi, tren dan *responstasi* kesuksesan yang mereka lihat di platform digital. (Rani et al., 2022) menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang yang membentuk motivasi kerja Generasi Z melalui kebutuhan validasi dan pengakuan sosial. Motivasi ini kemudian mengarahkan individu pada pilihan karier tertentu, di mana popularitas atau citra online menjadi acuan utama. Dengan demikian, media sosial dapat dimaknai sebagai mediator dalam hubungan antara motivasi dan keputusan karier, khususnya di kalangan generasi Z.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7: Media sosial memediasi hubungan antara motivasi terhadap keputusan karir generasi Z.

3. Metode

Penelitian ini dirancang dalam kerangka kuantitatif eksplanatoris dengan tujuan menguji relasi kausal antar konstruk melalui proses kuantifikasi dan estimasi statistik yang sistematis, dengan Generasi Z sebagai unit analisis, khususnya individu berusia 17–26 tahun yang aktif bermedia sosial dan berada pada fase transisi atau pengambilan keputusan karir. Responden ditetapkan menggunakan purposive non-probability sampling berdasarkan kriteria substantif, sementara ukuran sampel ditentukan mengikuti rasio indikator-responden dan menghasilkan 86 kuesioner valid yang dianalisis sebagai data primer. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner tertutup berskala Likert lima poin yang mengukur ekspektasi, motivasi, media sosial, dan keputusan karir. Secara konseptual, keputusan karir diposisikan sebagai variabel dependen, ekspektasi dan motivasi sebagai variabel independen, serta media sosial sebagai mekanisme mediasi yang menjelaskan transmisi pengaruh antar konstruk. Analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM berbasis SMARTPLS, mencakup evaluasi outer model melalui validitas konvergen dan diskriminan serta reliabilitas konstruk, pengujian multikolinearitas, dan evaluasi inner model menggunakan koefisien determinasi (R^2), relevansi prediktif (Q^2), serta pengujian hipotesis melalui estimasi direct effect dan specific indirect effect dengan prosedur bootstrapping untuk menilai signifikansi hubungan struktural dalam model penelitian (Hair et al., 2021).

4. Hasil Dan Pembahasan

Deskripsi Responden

Tabel 1. Karakteristik Demografis Responden

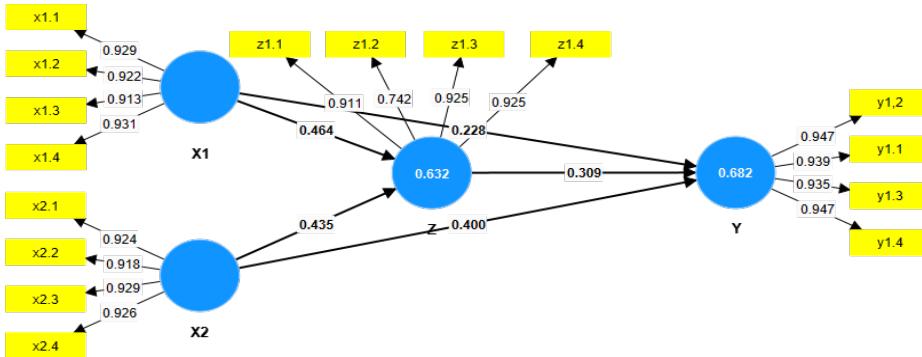
Karakteristik	Kategori	Jumlah	Percentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	19	22,09%
	Perempuan	67	77,91%
Umur	17–20 tahun	16	18,60%
	21–23 tahun	44	51,20%
	23–26 tahun	26	30,20%
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	41	47,67%
	Diploma	33	38,37%
	Sarjana	12	13,95%
Status Saat Ini	Mahasiswa	41	47,67%
	Fresh Graduate / Mencari Kerja	36	41,86%
	Sudah Bekerja	9	10,47%
Total Responden		86	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden didominasi oleh perempuan dengan proporsi 77,91%, menunjukkan partisipasi responden perempuan yang lebih tinggi dalam penelitian ini. Dari sisi usia, kelompok 21–23 tahun menempati porsi terbesar (51,20%), yang merefleksikan karakteristik Generasi Z pada fase krusial transisi pendidikan menuju dunia kerja. Ditinjau dari latar belakang pendidikan, responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK mendominasi (47,67%), diikuti oleh Diploma (38,37%), yang mengindikasikan keberagaman tingkat pendidikan pada populasi penelitian. Sementara itu, berdasarkan status saat ini, mahasiswa menjadi kelompok terbesar (47,67%), disusul oleh fresh graduate atau pencari kerja (41,86%), sehingga secara keseluruhan profil responden merepresentasikan individu yang berada pada tahap eksplorasi dan pengambilan keputusan karir, sesuai dengan tujuan dan fokus penelitian.

Hasil Analisis

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan Teknik analisis data Partial Least Square (PLS) dengan program Smart-PLS 4. Berikut Adalah skema model program PLS yang diujikan :



Gambar 1. Outer Model

Pengujian *outer* model yang digunakan dan dilakukan untuk menentukan spesifikasi hubungan antara variabel laten dan indikatornya, pengujian ini meliputi uji validitas, realibilitas dan multikolinearitas.

Analisis Outer Model

Convergent Validity

Tabel 2. Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading
Ekspektasi (X1)	X1.1	0.929
	X1.2	0.922
	X1.3	0.913
	X1.4	0.931
Motivasi (X2)	X2.1	0.924
	X2.2	0.918
	X2.3	0.929
	X2.4	0.926
Keputusan Karir (Y)	Y1.1	0.939
	Y1.2	0.947
	Y1.3	0.935
	Y1.4	0.947
Media sosial (Z)	Z1.1	0.911
	Z1.2	0.742
	Z1.3	0.925
	Z1.4	0.925

Sumber : Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa masing-masing indikator variabel penelitian banyak memiliki nilai *outer loading* > 0,7. Sehingga semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian dan dapat digunakan analisis lebih lanjut lagi.

Discriminant Validity

Tabel 3. Nilai Average Variance Extracted

Variabel	AVE (Average Variance Extracted)	Keterangan
Ekspektasi (X1)	0.853	Valid
Motivasi (X2)	0.855	Valid
Keputusan Karir Generasi Z (Y)	0.887	Valid
Media Sosial (Z)	0.773	Valid

Sumber : Data analisis primer (2025)

Berdasarkan tabel diatas, setiap variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai AVE (*Average Variance extracted*) yaitu $> 0,5$. Setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai masing-masing untuk Ekspektasi sebesar 0,853. Motivasi 0,855. Keputusan Karir Generasi Z 0,887. Dan Media Sosial 0,773. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan valid secara diskriminan.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Ekspektasi (X1)	0,959
Motivasi (X2)	0,959
Keputusan Karir Generasi Z (Y)	0,969
Media Sosial (Z)	0,931

Sumber : Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan output pengujian, seluruh konstruk penelitian memperlihatkan composite reliability melampaui ambang 0,7, dengan nilai masing-masing sebesar 0,959 pada variabel Ekspektasi, 0,959 pada Motivasi, 0,969 pada Keputusan Karir Generasi Z, serta 0,931 pada Media Sosial, yang mengindikasikan tingkat keterandalan instrumen berada pada kategori sangat tinggi. Selain itu, reliabilitas juga diverifikasi melalui Cronbach's Alpha sebagai indikator konsistensi internal instrumen psikometrik, di mana setiap variabel mencatatkan nilai di atas batas minimum 0,60, sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini memiliki stabilitas dan konsistensi internal yang memadai.

Tabel 5. Cronbachs Alpha

Variabel	Cronbachs alpha
Ekspektasi (X1)	0,943
Motivasi (X2)	0,943
Keputusan Karir Generasi Z (Y)	0,958
Media Sosial (Z)	0,901

Sumber : Data yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel yang telah ditampilkan diatas menunjukkan bahwa *Cronbachs Alpha* dari keseluruhan variabel dalam penelitian ini memiliki nilai diatas di atas $> 0,6$ yang artinya nilai *conbach alpha* telah memenuhi syarat sehingga seluruh konstrukt dapat dikatakan reliable.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Colinearity Statistic (VIF)

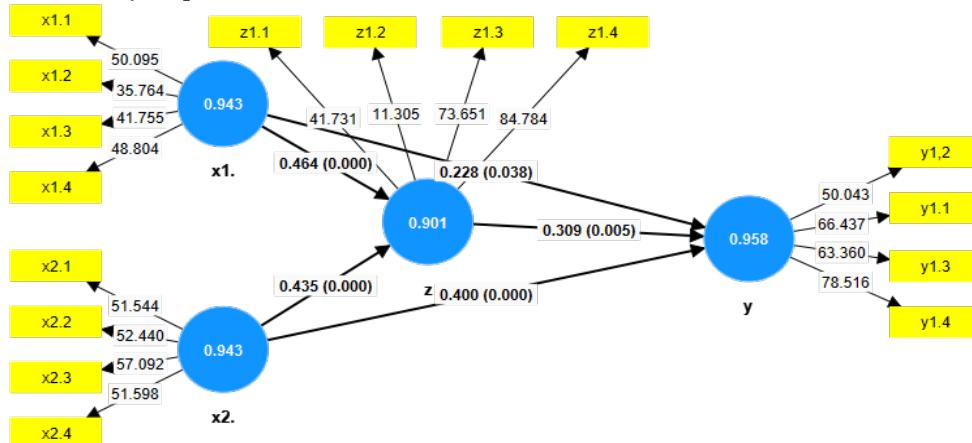
	Keputusan Karir Generasi Z (Y)	Media Sosial (Z)
Ekspektasi (X1)	2.051	1.465
Motivasi (X2)	1.98	1.465
Media Sosial (Z)	2.178	
Keputusan Karir Generasi Z (Y)		

Sumber : Data yang diolah (2025)

Dari tabel diatas hasil dari *Colinierity Statistic (VIF)* untuk melihat uji dari setiap variabel memiliki *cut off* > 1 atau sama dengan nilai $VIF < 5$ maka hal itu tidak melanggar uji multikolinearitas.

Analisis Inner Model

Pada penelitian ini akan dijelaskan mengenai hasil uji *goodness of fit*, uji *path coefficient* dan uji hipotesis.



Gambar 2. Inner Model

Inner model digunakan untuk menguji pengaruh antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya. Pengujian inner model dapat dilakukan dengan tiga analisis yaitu mengukur nilai R² (*R-square*), *Godness of Fit (Gof)*, dan koefisien path.

Analisis Inner Model

Uji Kebaikan model (*Good ness of fit*)

Tabel 7. Nilai R-Square

	R-square	R-Square Adjusted
Media Sosial (Z)	0.632	0.670
Keputusan Karir Generasi Z (Y)	0.682	0.623

Sumber : Data yang diolah (2025)

Evaluasi model struktural menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R²) menempatkan pengaruh Ekspektasi dan Motivasi terhadap Keputusan Karir Generasi Z pada nilai 0,632 atau 63,2%, yang mengindikasikan kekuatan hubungan pada tingkat moderat, sementara relasi antara Ekspektasi dan Motivasi dengan Media Sosial mencatat R² sebesar 0,682 atau 68,2% sehingga merepresentasikan asosiasi yang lebih kuat. Selanjutnya, kapabilitas prediktif model dianalisis melalui Q² (predictive relevance), yang dihitung menggunakan formulasi $1 - [(1 - R^2_1) \times (1 - R^2_2)]$ dan menghasilkan nilai 0,882976, menandakan bahwa sekitar 88,3% variabilitas data empiris mampu dijelaskan oleh konstruksi dalam model, sedangkan sisanya berasal

dari determinan eksternal di luar spesifikasi penelitian, sehingga secara keseluruhan model dapat diklasifikasikan memiliki Goodness of Fit yang memadai.

Uji Hipotesis

Uji Path Coefficient

Tabel 8. Path Coefficient (Direct Effect)

	Hipotesis	Original Sampel	t-statistic	p-values	Keterangan
Ekspektasi (X1)-> Keputusan Karir Generasi Z (Y)	H1	0.228	2.075	0.038	Positif Signifikan
Motivasi (X2)-> Keputusan Karir Generasi Z (Y)	H2	0.400	3.755	0.000	Positif Signifikan
Ekspektasi (X1)-> Media Sosial (Z)	H3	0.464	6.408	0.000	Positif Signifikan
Motivasi (X2)-> Media Sosial (Z)	H4	0.435	6.110	0.000	Positif Signifikan
Media Sosial (Z)-> Keputusan Karir Generasi Z (Y)	H5	0.309	2.821	0.005	Positif Signifikan

Sumber : Data yang diolah (2025)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa seluruh hubungan yang diuji bersifat signifikan secara statistik. Ekspektasi terbukti memberikan pengaruh positif terhadap keputusan karir Generasi Z, ditunjukkan oleh nilai t-statistic 2,075 dengan koefisien pengaruh 0,228 serta p-value 0,038, sehingga H1 diterima. Motivasi juga berpengaruh positif terhadap keputusan karir Generasi Z dengan t-statistic sebesar 3,755, koefisien 0,400, dan p-value 0,000, yang mengonfirmasi penerimaan H2. Selanjutnya, pengaruh Ekspektasi terhadap media sosial terbukti signifikan dengan nilai t-statistic 6,408, koefisien 0,464, dan p-value 0,000 sehingga H3 diterima, sedangkan Motivasi menunjukkan pengaruh positif terhadap media sosial dengan t-statistic 6,110, koefisien 0,435, dan p-value 0,000 yang mendukung H4. Terakhir, media sosial secara signifikan memengaruhi keputusan karir Generasi Z dengan t-statistic 2,821, koefisien pengaruh 0,309, serta p-value 0,005, sehingga H5 dinyatakan diterima.

Uji Indirect Effect

Tabel 8. Uji Tidak Langsung (Indirect Effect)

Indirect Effect	Original sample	T-Statistic	P-Values	Keterangan
Ekspektasi (X1)->Media Sosial (Z)-> Keputusan Karir Generasi Z (Y)	0.144	2.360	0.018	Positif Signifikan
Motivasi (X2)->Media Sosial (Z)-> Keputusan Karir Generasi Z (Y)	0.135	2.667	0.008	Positif Signifikan

Sumber : Data yang diolah (2025)

Berdasarkan hasil pengujian mediasi, Media Sosial terbukti berfungsi sebagai mediator parsial baik pada hubungan antara ekspektasi dan keputusan karir Generasi Z maupun pada hubungan antara motivasi dan keputusan karir Generasi Z. Hal ini tercermin dari nilai t-statistic sebesar 2,360 dengan p-value 0,018 pada pengujian H6, serta t-statistic sebesar 2,667 dengan p-value 0,008 pada pengujian H7, yang

seluruhnya memenuhi kriteria signifikansi ($t > 1,96$ dan $p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh ekspektasi dan motivasi terhadap keputusan karir tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga diperkuat melalui peran mediasi Media Sosial.

Pembahasan

Pengaruh Ekspektasi terhadap Keputusan Karir Generasi Z.

Pada bagian ini, pembahasan difokuskan pada pengaruh ekspektasi terhadap keputusan karir Generasi Z. Ekspektasi merupakan gambaran harapan individu mengenai hasil yang akan diperoleh dari suatu pilihan karir, baik yang berkaitan dengan pendapatan, jenjang karir, lingkungan kerja, maupun keseimbangan kehidupan kerja. Bagi Generasi Z, ekspektasi karir tidak hanya dibentuk oleh pengalaman pribadi, tetapi juga oleh informasi yang diperoleh dari lingkungan sosial dan media digital.

Hasil *static* menunjukkan bahwa ekspektasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan karir Generasi Z. Yang berarti bahwa ekspektasi yang dimiliki individu berperan penting dalam membentuk keputusan karir. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ayoobzadeh et al., 2024) yang menunjukkan bahwa Ekspektasi karir berpengaruh positif terhadap Keputusan karir Generasi Z.

Pengaruh motivasi terhadap Keputusan karir Generasi Z.

Motivasi merupakan dorongan internal maupun eksternal yang mempengaruhi individu dalam menentukan arah dan pilihan karirnya. Bagi Generasi Z, motivasi kerja menjadi faktor penting karena berkaitan dengan kebutuhan akan pencapaian, pengembangan diri, kestabilan ekonomi, serta kesempatan untuk memperoleh pengalaman kerja yang sesuai dengan minat dan kemampuan.

Hasil *static* menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan karir Generasi Z. Hal ini mengindikasikan bahwa motivasi berperan penting dalam menentukan pilihan dan arah karir individu. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Basalamah & As'ad, 2021) yang menunjukkan bahwa Motivasi berpengaruh positif terhadap Keputusan karir generasi Z.

Pengaruh ekspektasi terhadap media sosial

Hasil analisis secara keseluruhan menunjukkan bahwa ekspektasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap media sosial. Semakin tinggi tingkat ekspektasi yang dimiliki oleh Generasi Z, maka semakin tinggi pula intensitas dan pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi, referensi, serta sarana pendukung dalam perencanaan karir. Dengan demikian, ekspektasi memiliki peran penting dalam membentuk pola penggunaan media sosial. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Devara, 2025) yang menunjukkan bahwa ekspektasi berpengaruh positif terhadap penggunaan media sosial.

Pengaruh motivasi terhadap media sosial

Motivasi merupakan dorongan internal maupun eksternal yang memengaruhi individu dalam menentukan arah dan pilihan karir. Bagi Generasi Z, motivasi mendorong individu untuk manfaatkan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi, membangun jejaring, serta mencari peluang kerja. Hasil *static* menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap media sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa motivasi berperan penting dalam mendorong Generasi Z untuk manfaatkan media sosial secara aktif. Semakin tinggi tingkat motivasi yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi, membangun jejaring,

serta mendukung pengembangan diri dan perencanaan karier. Dengan demikian, motivasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku penggunaan media sosial. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fajriyanti et al., 2023) yang menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap penggunaan media sosial.

Pengaruh media sosial terhadap Keputusan karir Generasi Z

Media sosial memiliki peran penting sebagai sumber informasi dan referensi dalam menentukan arah serta pilihan karier. Melalui media sosial, Generasi Z dapat memperoleh informasi mengenai berbagai jenis pekerjaan, peluang karier, kebutuhan kompetensi, hingga pengalaman kerja orang lain yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan karier. Semakin tinggi intensitas pemanfaatan media sosial, maka semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan karier yang diambil oleh Generasi Z.

Hasil *static* menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan karir Generasi Z. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial berperan penting dalam Keputusan karir Generasi Z. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zhang et al., 2024) yang menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap keputusan karir Generasi Z.

Pengaruh ekspektasi terhadap Keputusan karir Generasi Z yang dimediasi oleh media sosial.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ekspektasi berpengaruh terhadap keputusan karier Generasi Z melalui media sosial sebagai variabel mediasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa ekspektasi karier yang dimiliki oleh Generasi Z mendorong individu untuk memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi dan referensi dalam perencanaan karier. Media sosial berperan sebagai penghubung yang memperkuat pengaruh ekspektasi terhadap keputusan karier, karena melalui media sosial individu dapat memperoleh gambaran mengenai peluang kerja, tuntutan kompetensi, lingkungan kerja, serta pengalaman karier orang lain.

Semakin tinggi ekspektasi karier yang dimiliki, maka semakin intensif pemanfaatan media sosial, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan karier yang diambil oleh Generasi Z. Dengan demikian, media sosial terbukti mampu memediasi pengaruh ekspektasi terhadap keputusan karier Generasi Z. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zhang et al., 2024) yang menyatakan bahwa media sosial berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara ekspektasi karier dan keputusan karier.

Pengaruh motivasi terhadap Keputusan karir Generasi Z yang dimediasi oleh media sosial

Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap keputusan karier Generasi Z melalui media sosial sebagai variabel mediasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa motivasi yang dimiliki oleh Generasi Z mendorong individu untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana pencarian informasi, pengembangan diri, dan perluasan jejaring profesional. Media sosial berperan sebagai perantara yang memperkuat pengaruh motivasi terhadap keputusan karier, karena melalui media sosial individu dapat memperoleh informasi mengenai peluang kerja, tuntutan kompetensi, serta pengalaman karier yang relevan.

Semakin tinggi tingkat motivasi yang dimiliki, maka semakin intensif pemanfaatan media sosial, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan karier yang diambil oleh Generasi Z. Dengan demikian, media sosial terbukti mampu memediasi

pengaruh motivasi terhadap keputusan karier Generasi Z. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rani et al., 2022) yang menyatakan bahwa media sosial berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara motivasi dan keputusan karier.

5. Simpulan

Hasil analisis menunjukkan bahwa Ekspektasi dan Motivasi terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Karir Generasi Z, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui peran mediasi Media Sosial, di mana seluruh hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima, termasuk pengaruh signifikan Ekspektasi dan Motivasi terhadap Media Sosial serta kontribusi Media Sosial dalam membentuk keputusan karir Generasi Z. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, terutama pada karakteristik responden yang didominasi oleh mahasiswa dan fresh graduate sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan Generasi Z yang telah memiliki pengalaman kerja yang beragam, serta penggunaan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner tertutup skala Likert yang membatasi eksplorasi mendalam terhadap alasan dan proses subjektif dalam pengambilan keputusan karir. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden dengan melibatkan Generasi Z dari berbagai sektor industri dan tingkat pengalaman kerja, serta mengembangkan desain penelitian melalui kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif, seperti wawancara mendalam atau focus group discussion, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan meningkatkan daya generalisasi temuan penelitian.

6. Daftar Pustaka

- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif dan penerapannya dalam penelitian*. 2(2).
- Amarta, M. G. A., & Irmawati. (2022). Pengaruh beban kerja dan motivasi terhadap burnout dengan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi pada karyawan DPUPR Kabupaten Sragen.
- Ayoobzadeh, M., Schweitzer, L., Lyons, S., & Ng, E. (2024). A tale of two generations: A time-lag study of career expectations. *Personnel Review*, 53(7), 1649–1665. <https://doi.org/10.1108/PR-02-2022-0101>
- Basalamah, M. S. A., & As'ad, A. (2021). The role of work motivation and work environment in improving job satisfaction. *Golden Ratio of Human Resource Management*, 1(2), 94–103. <https://doi.org/10.52970/grhrm.v1i2.54>
- El-Menawy, S. M. A., & Saleh, P. S. (2023). How does the mediating role of the use of social media platforms foster the relationship between employer attractiveness and Generation Z intentions to apply for a job? *Future Business Journal*, 9(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00233-0>
- Fajriyanti, Y., Rahmah, A. H., & Hadiyanti, S. E. U. (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>
- Ghorbanzadeh, D., Radhakrishnan, L. C., Prasad, K. D. V., Alkhayet, A., Yajid, M. S. A., & Dhaliwal, A. S. (2025). Enhancing intentions to apply for job through social media: The mediating role of employer attractiveness and person–organization

- fit. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*. <https://doi.org/10.1108/APJBA-11-2024-0619>
- Handayani, P. P. H., & Irmawati. (2023). The influence of company reputation and employer branding on interest in applying for jobs. *The Scientia Law and Economics Review*, 2(1), 51. <https://scientium.co.id/journals/index.php/sler>
- Izza, N. I., & Irmawati. (2022). Pengaruh motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi pada PT Kitabisa.
- Kou, Q., & Mohd Rasdi, R. (2025). Learning from career preparedness: Examining the influence of person-environment fit on decent work expectations. *European Journal of Training and Development*. <https://doi.org/10.1108/EJTD-09-2024-0140>
- Laksono, A. U., & Irmawati. (2020). Pengaruh motivasi, budaya organisasi, inovasi, dan kreativitas terhadap kinerja karyawan Dealer Young Motor di Wonogiri.
- Lestari, D. P. L., & Perdhana, M. S. (2023). Generation Z work motivation in Indonesia (pp. 409–422).
- Rani, I. H., Jalih, J. H., & Widywati, L. A. (2022). Indonesian Generation Z work expectation and intention to apply for job: Role of social media. 3(2).
- Rey, U., Blanco, M. R., & Golik, M. N. C. J. (2023). Family influence on career decisions: Perceptions of Latin American CEOs. *International Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 18(9), 2033–2053. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-12-2020-1464>
- Schröder, M. (2024). Work motivation is not generational but depends on age and period. *Journal of Business and Psychology*, 39(4), 897–908. <https://doi.org/10.1007/s10869-023-09921-8>
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. 2(3), 43–56.
- Umamy, S., Laili, J., & Saibah, S. (2024). Peran motivasi dalam hubungan kompetensi dan keputusan karir Gen Z. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 8(1), 18–26. <https://doi.org/10.31294/eco.v8i1.21967>
- Vernia-Carrasco, A. M. (2025). Social media use and job choices: The mediating roles of work values and self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1485663>
- Zhang, M., Zhou, S., Wu, Y., & Liu, S. (2024). Pressure from social media: Influence of social media usage on career exploration. *Career Development International*, 29(1), 93–112. <https://doi.org/10.1108/CDI-01-2023-0016>