

Konten Singkat Edukasi Dan Keputusan Memilih Jurusan di Perguruan Tinggi

Budi Susilo^{1*}, Tri Widayanti²

^{1,2}Sistem Informasi, STMIK Pontianak; Jalan Merdeka No. 372

e-mail: ¹budi.susilo@stmikpontianak.ac.id, ²tri.widayanti@stmikpontianak.ac.id

Abstrak

Pemilihan jurusan program studi di pendidikan tinggi merupakan keputusan penting yang berdampak jangka panjang terhadap arah perkembangan akademik dan prospek karier individu. Di era digital, media sosial menjadi sumber utama informasi akademik, termasuk melalui konten singkat edukasi seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts. Penelitian ini bermaksud menguji dampak konten singkat edukasi terhadap keyakinan calon mahasiswa dalam memilih jurusan, serta mengeksplorasi perbedaan berdasarkan gender. Metode kuantitatif digunakan dengan survei terhadap 63 siswa kelas XII di Pontianak yang pernah mengakses konten edukasi singkat. Analisis regresi logistik menunjukkan bahwa konten singkat tingkat pengaruh yang signifikan terhadap keyakinan siswa dalam memilih jurusan, berdasarkan nilai $p = 0,007$ dan kontribusi model sebesar 76,8%. Namun, uji Chi-Square menunjukkan tidak ada beda secara signifikan antara siswa pria dan wanita dalam keyakinan memilih jurusan. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas konten edukatif digital dalam membentuk keputusan pendidikan dan memberikan implikasi praktis dalam perumusan strategi komunikasi oleh institusi pendidikan tinggi. Hasil studi ini juga membuka ruang pengembangan lebih lanjut terkait desain konten edukasi yang berbasis data.

Kata kunci: Konten Singkat Edukasi, Media Sosial, Pengambilan Keputusan Akademik, Pendidikan Tinggi, Perbedaan Gender.

Abstract

Choosing a major in higher education is a critical decision with long-term implications for an individual's academic trajectory and career prospects. In the digital era, social media has become a primary source of academic information, including through short-form educational content such as TikTok, Instagram Reels, and YouTube Shorts. This study aims to examine the impact of short educational content on prospective students' confidence in selecting a major, as well as to explore gender-based differences. A quantitative method was employed using a survey of 63 twelfth-grade students in Pontianak who had previously accessed short educational content. Logistic regression analysis revealed that such content had a significant influence on students' confidence in choosing a major, with a p -value of 0.007 and a model contribution of 76.8%. However, the Chi-Square test showed no significant difference between male and female students in their confidence in selecting a major. These findings underscore the importance of high-quality digital educational content in shaping educational decisions and offer practical implications for higher education institutions in developing more effective communication strategies. The results also pave the way for further development of data-driven educational content design.

Keywords: Short-Form Educational Content, Social Media, Academic Decision-Making, Higher Education, Gender Differences.

1. PENDAHULUAN

Pemilihan jurusan di perguruan tinggi merupakan keputusan strategis yang berdampak jangka panjang terhadap perkembangan akademik dan karier individu. Keputusan mengenai pilihan karir/akademik di kalangan siswa secara signifikan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk bimbingan konseling, lingkungan keluarga, dan informasi dari lembaga Pendidikan [1]. Studi yang dilakukan oleh Risfa dan Zuhra, menunjukkan hasil bahwa guru bimbingan dan konseling memiliki peran strategis dalam membimbing siswa kelas XI untuk mengidentifikasi minat dan potensi diri, sehingga mampu mengambil keputusan yang tepat dalam memilih jurusan di perguruan tinggi [2]. Penelitian lain yang dilakukan oleh Silmi memberikan hasil bahwa pilihan jurusan pendidikan tinggi anak dipengaruhi oleh kombinasi antara faktor eksternal, seperti pekerjaan orang tua dan motivasi intrinsik anak itu sendiri [3]. Elemen-elemen ini memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan keputusan siswa tentang karir masa depan

mereka [4], [5], [6]. Namun, Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang berlangsung cepat, khususnya platform media sosial, terjadi pergeseran signifikan dalam cara calon mahasiswa memperoleh informasi dan membuat keputusan akademik. Platform media sosial berfungsi sebagai sumber utama bagi calon mahasiswa untuk mengakses informasi tentang universitas dan program, membentuk pilihan akademik mereka [7].

Media sosial kini berperan sebagai kanal utama dalam penyebaran dan perolehan informasi bagi banyak calon mahasiswa dalam menentukan pilihan jurusan dan institusi pendidikan tinggi. Survei pada Maret 2021 oleh Aku Pintar bersama Katadata Insight Center menunjukkan bahwa 73% siswa mencari informasi mengenai jurusan pendidikan melalui media sosial [8]. Temuan ini mengindikasikan bahwa platform media sosial memiliki peran strategis dalam mempengaruhi keputusan individu terkait pilihan akademik. Dari perspektif teoretis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui Teori Pengambilan Keputusan Rasional, yang mengemukakan bahwa individu menentukan pilihannya melalui proses penilaian logis dan sistematis terhadap berbagai alternatif yang ada berdasarkan informasi yang tersedia [9]. Dalam konteks ini, media sosial menyediakan platform yang memungkinkan calon mahasiswa untuk mengakses berbagai informasi yang relevan dengan pilihan jurusan mereka.

Sejumlah penelitian mengenai penggunaan media sosial dalam proses pengambilan keputusan menunjukkan adanya perbedaan respons berdasarkan gender. Secara umum, perempuan cenderung lebih responsif terhadap informasi yang diperoleh melalui media sosial dibandingkan laki-laki [10]. Perbedaan ini dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis dan sosial. Dalam konteks penggunaan media sosial, perempuan lebih rentan terhadap pengaruh emosional dan pria lebih rasional daripada wanita dalam keputusan pembelian online mereka [11]. Selain itu, perempuan juga lebih terpengaruh oleh opini dan rekomendasi sosial, baik dari tokoh publik, teman sebaya, maupun komunitas daring [12].

Perbedaan gender secara signifikan mempengaruhi penggunaan media sosial di kalangan siswa pendidikan tinggi, dengan laki-laki lebih cenderung membuat dan berbagi konten pendidikan dibandingkan dengan Perempuan [13]. Suatu temuan yang mengindikasikan bahwa gender turut mempengaruhi cara individu memanfaatkan media sosial untuk tujuan pendidikan. Karena itu, ada kemungkinan yang cukup kuat bahwa gender berperan dalam cara individu memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana utama dalam memperoleh informasi yang memengaruhi proses pengambilan keputusan terkait pemilihan pendidikan tinggi. Faktor responsivitas yang lebih tinggi terhadap informasi di media sosial dapat menyebabkan perempuan lebih cepat dan lebih yakin dalam menentukan pilihannya, terutama bila informasi tersebut disampaikan dengan pendekatan emosional atau dikemas melalui pengalaman pribadi orang lain [12]. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa pria dapat mengambil manfaat dari sifat-sifat pengaturan diri yang rasional, sedangkan wanita dapat memanfaatkan sifat-sifat emosional dalam pengambilan Keputusan [14].

Namun, meskipun fenomena ini semakin meluas, masih terdapat kesenjangan pengetahuan mengenai sejauh mana konten singkat edukasi ini mempengaruhi proses pengambilan keputusan akademik, khususnya dalam memilih jurusan di perguruan tinggi. Permasalahan utama yang muncul adalah apakah informasi yang disampaikan melalui konten singkat ini berpengaruh dalam membentuk persepsi dan preferensi calon mahasiswa sehingga yakin dalam memilih jurusan pendidikan tinggi? Demikian juga, apakah perempuan dan laki-laki berbeda dalam memanfaatkan konten singkat edukasi di media sosial untuk menentukan pilihan jurusan program studi di perguruan tinggi?

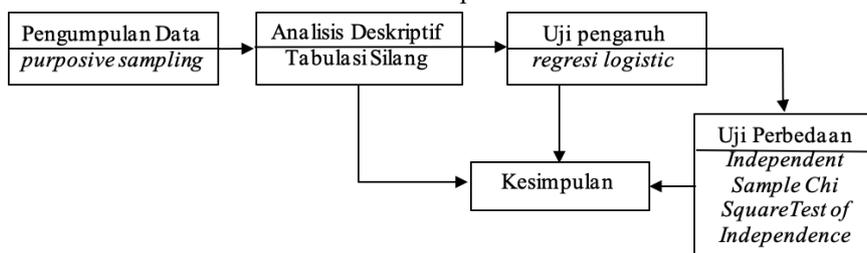
Riset yang dilakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten singkat edukasi yang diterima melalui media sosial terhadap keyakinan saat menentukan keputusan akademik calon mahasiswa, khususnya pilih jurusan program studi di pendidikan tinggi. Secara spesifik, penelitian ini berupaya mengukur sejauh mana informasi yang tersaji dalam bentuk konten singkat mampu membentuk persepsi dan preferensi calon mahasiswa sehingga menimbulkan keyakinan dalam menentukan pilihan jurusan pendidikan tinggi. Riset ini juga bermaksud menguji ada atau tidak beda dalam pemanfaatan konten singkat edukasi antara gender laki-laki dengan perempuan dalam mengambil keputusan tersebut.

Pendekatan riset yang mengintegrasikan fenomena konten digital yang bersifat singkat dengan aspek pengambilan keputusan pendidikan tinggi merupakan suatu topik yang belum banyak dieksplorasi secara mendalam dalam kajian akademik. Sementara sebagian besar studi sebelumnya lebih menitikberatkan pada peran bimbingan konseling, media konvensional, atau lingkungan keluarga dalam pemilihan jurusan. Studi ini menawarkan kajian baru tentang konten singkat media sosial yang dikaitkan dengan pilihan akademik generasi muda pria dan wanita. Dengan demikian, hasil studi ini diharapkan memiliki kontribusi teoretis untuk pengembangan literatur tentang perilaku digital dalam konteks pendidikan, serta implikasi praktis bagi pengembang konten edukasi dan lembaga pendidikan tinggi dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan relevan bagi calon mahasiswa.

2. METODE PENELITIAN

Riset dilakukan dengan melaksanakan survei mengikuti alur metode penelitian kuantitatif digunakan dengan melakukan untuk menganalisis pengaruh konten singkat edukasi di platform media sosial YouTube Shorts, Instagram Reels, dan TikTok, terhadap keyakinan mengambil keputusan dari siswa sekolah menengah atas dalam menentukan jurusan program studi di perguruan tinggi. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi adanya perbedaan antara laki-laki dengan perempuan saat memanfaatkan konten tersebut. Riset ini mempunyai tujuan untuk memprediksi probabilitas adanya keyakinan calon mahasiswa dalam memutuskan jurusan di perguruan tinggi dipengaruhi oleh faktor-faktor dari konten singkat di platform digital yang disaksikan. Penelitian ini juga menguji perbedaan keputusan memilih jurusan diperguruan tinggi dengan gender dari sekelompok calon mahasiswa yang memanfaatkan konten singkat edukasi di media sosial. Alur metode penelitian yang digunakan ditampilkan seperti yang terlihat pada Gambar 1 berikut ini.

Gambar 1. Alur Metode penelitian kuantitatif



Metode pengambilan sampel menggunakan pendekatan non-probability sampling yaitu purposive sampling. Pemilihan purposive sampling didasari kebebasan yang memfasilitasi pemilihan responden dengan kriteria tertentu untuk menghasilkan informasi yang relevan dan secara akurat mewakili populasi yang sedang diselidiki. [15]. Adapun populasi disurvei adalah peserta didik kelas XII SMA/SMK/MA yang sedang berada pada tahap memilih jurusan pendidikan tinggi serta aktif menggunakan media sosial khususnya TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts dan pernah mengakses atau menyaksikan konten singkat edukasi tentang pemilihan jurusan dari berbagai perguruan tinggi. Karena jumlah populasi yang sesuai kriteria sangat besar maka penentuan sampel pada penelitian ini ditetapkan sesuai jumlah peserta yaitu siswa kelas dua belas yang berpartisipasi dalam acara sosialisasi dan seminar yang diadakan di dua sekolah, sekolah menengah negeri dan sekolah menengah swasta di Pontianak., dengan jumlah 63 siswa/responden yang terdiri dari 30 laki-laki dan 33 perempuan.

Ada dua variabel utama yang diselidiki dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (X) berupa konten singkat edukasi di platform digital (TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts) dan variabel terikat (Y) berupa pengambilan keputusan memilih jurusan. Variabel independen/bebas diukur melalui dimensi frekuensi mengakses konten edukasi, durasi paparan terhadap konten, persepsi terhadap kejelasan informasi, persepsi terhadap kredibilitas penyaji konten, dan kemanfaatan konten dalam memberikan wawasan. Adapun, untuk variabel dependen/terikat diukur berdasarkan dimensi keyakinan dalam memilih jurusan.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para siswa kelas XII yang menjadi peserta sosialisasi dan seminar paa kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan menggunakan skala pengukuran Likert untuk setiap jawaban yang ada: Sangat tidak setuju = 1, Tidak setuju = 2, Netral = 3, Setuju = 4, dan sangat setuju = 5. Untuk pertanyaan-pertanyaan berkaitan dimensi-dimensi konten singkat edukasi yang pernah ditonton. Sedangkan, untuk pertanyaan tentang keputusan memilih jurusan di perguruan tinggi menggunakan skala dichotomous berupa:

0 = yakin, 1 = tidak yakin.

Data dianalisis dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS. Tahapan analisis terdiri dari analisis deskriptif yang hasilnya berupa gambaran profil responden dan pola akses konten edukasi, analisis regresi sederhana binary/regresi logistic sederhana untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y, uji perbedaan (Independent Sample Chi Square Test of Independence) untuk mengukur perbedaan keyakinan memilih jurusan antara responden laki-laki dan perempuan yang memanfaatkan konten singkat edukasi platform digital. Analisis regresi binary adalah metode analisis yang untuk memprediksi probabilitas suatu variabel dependen berupa data dichotomous dari satu atau lebih variabel independen dengan ukuran data berupa interval atau kategorikal (ordinal atau nominal) dan tidak mensyaratkan data yang berdistribusi normal [16]. Demikian juga, penggunaan Independent Sample Chi Square Test of Independence untuk uji perbedaan karena uji ini bertujuan menguji perbedaan dua sampel bebas dengan ukuran data nominal [16].

Berikut hipotesis yang dapat memperjelas penelitian ini. Pengaruh terhadap keputusan memilih jurusan diprediksi dengan menguji hipotesis sebagai berikut:

H0: Tidak ada pengaruh signifikan konten singkat edukasi terhadap keyakinan memilih jurusan pendidikan tinggi.

H1: Ada pengaruh signifikan konten singkat edukasi terhadap keyakinan memilih jurusan pendidikan tinggi.

Dan, untuk pengujian ada atau tidak perbedaan keyakinan memilih jurusan antara laki-laki dengan perempuan, hipotesisnya adalah:

H0: Tidak terdapat perbedaan keyakinan dalam memilih jurusan antara siswa laki-laki dengan Perempuan.

H1: Terdapat perbedaan keyakinan dalam memilih jurusan antara siswa laki-laki dengan Perempuan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut gambaran hasil dari olahan data penelitian melalui kuesioner yang telah diisi lengkap dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS.

3.1. Analisis Deskriptif

Tabel 1 berikut adalah hasil olahan SPSS dari data responden yang dikumpulkan.

Tabel 1. Tabulasi Silang Gender - Akses Konten Singkat

			Akses Konten Singkat		Total
			pernah	tidak pernah	
Gender	Perempuan	<i>Count</i>	20	13	33
		<i>% of Total</i>	31.7%	20.6%	52.4%
	Laki-laki	<i>Count</i>	18	12	30
		<i>% of Total</i>	28.6%	19.0%	47.6%
Total		<i>Count</i>	38	25	63
		<i>% of Total</i>	60.3%	39.7%	100.0%

Hasil tabulasi silang antara gender dan akses terhadap konten singkat menunjukkan bahwa dari total 63 responden, sebanyak 60,3% menyatakan pernah mengakses konten singkat, sedangkan 39,7% menyatakan tidak pernah. Secara lebih rinci, 31,7% dari total responden adalah perempuan yang pernah mengakses konten singkat, dan 28,6% adalah laki-laki yang juga pernah mengaksesnya. Sementara itu, 20,6% perempuan dan 19% laki-laki menyatakan tidak pernah mengakses konten singkat.

Data yang disajikan pada tabel 1. ini menunjukkan bahwa akses terhadap konten singkat cukup merata antara laki-laki dan perempuan, dengan sedikit dominasi dari responden perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa konten singkat sebagai media informasi atau edukasi memiliki daya tarik yang relatif seimbang bagi kedua gender. Dalam konteks ini, baik laki-laki maupun perempuan melihat nilai guna dari konten singkat untuk kebutuhan informasi atau hiburan.

Jika dikaitkan dengan temuan dari Aku Pintar dan Katadata Insight Center yang menyatakan bahwa 73% siswa mencari informasi mengenai jurusan melalui media sosial [8], maka hasil penelitian ini memberikan dukungan empiris bahwa media sosial—terutama melalui konten singkat—telah menjadi bagian integral dari proses pencarian informasi akademik. Konten singkat yang dikonsumsi oleh siswa dapat mencakup video edukatif, cuplikan testimoni mahasiswa, review jurusan, hingga informasi mengenai prospek karier, yang semuanya berkontribusi dalam membentuk persepsi dan keyakinan terhadap suatu pilihan jurusan.

Pembahasan selanjutnya dari hasil riset ini berfokus kepada data responden yang pernah mengakses konten singkat edukasi karena kriteria populasi untuk sampel dalam riset ini yaitu siswa/calon mahasiswa yang pernah mengakses konten singkat media sosial. Hasil olahan data dari responden yang memenuhi kriteria tersebut, berjumlah 38 responden, disajikan pada tabel 2.

Tabulasi silang yang ditunjukkan tabel 2 berikut ini, antara gender dan keyakinan dalam memilih jurusan menunjukkan bahwa dari 38 responden, 71,1% menyatakan yakin terhadap pilihan jurusan mereka, sementara 28,9% menyatakan tidak yakin. Secara gender, sebanyak 42,1% perempuan merasa yakin, sedangkan 28,9% laki-laki juga merasa yakin. Adapun yang tidak yakin terdiri dari 10,5% perempuan dan 18,4% laki-laki.

Tabel 2. Tabulasi Silang Keyakinan Memilih Jurusan – Gender

			Gender		Total
			Perempuan	Laki-Laki	
Keyakinan Memilih Jurusan	Tidak Yakin	<i>Count</i>	4	7	11
		<i>% of Total</i>	10.5%	18.4%	28.9%
	Yakin	<i>Count</i>	16	11	27
		<i>% of Total</i>	42.1%	28.9%	71.1%

Total	Count % of Total	20 52.6%	18 47.4%	38 100.0%
-------	---------------------	-------------	-------------	--------------

Lebih lanjut dari tabel 2 di atas, mengenai keyakinan memilih jurusan, sebanyak 71,1% responden menyatakan yakin dengan pilihan jurusan mereka. Ini menunjukkan bahwa paparan terhadap informasi, termasuk melalui konten singkat di media sosial, kemungkinan besar berperan dalam meningkatkan keyakinan responden. Perempuan cenderung lebih percaya diri dalam memilih jurusan dibandingkan laki-laki setelah menyaksikan konten singkat edukasi. Ini menunjukkan bahwa paparan terhadap informasi, termasuk melalui konten singkat di media sosial, kemungkinan besar berperan dalam meningkatkan keyakinan responden khususnya perempuan.

Kehadiran konten singkat media sosial seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts, tidak hanya sebagai saluran hiburan tetapi juga sebagai sumber informasi akademik menciptakan ruang baru dalam proses orientasi pendidikan. Siswa yang aktif mencari informasi melalui media sosial kemungkinan merasa lebih percaya diri dalam menentukan pilihan jurusan karena mereka merasa memiliki cukup pengetahuan dan referensi untuk mengambil keputusan tersebut.

3.2. Analisis Regresi Logistic

Berikut hasil pengolahan data dari SPSS dan analisis untuk memprediksi pengaruh konten singkat edukasi di platform digital terhadap pengambilan keputusan memilih jurusan.

3.2.1 Kelayakan Model

Tabel 3. Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	1.076	7	.994

Tabel 3 di atas, menampilkan nilai signifikansi (Sig.) 0,994 ($p > 0,05$). Ini mengindikasikan bahwa model yang dibangun layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen, yaitu keputusan memilih jurusan. Nilai p yang tinggi menunjukkan tidak adanya perbedaan signifikan dari nilai yang diprediksi oleh model dengan nilai yang diobservasi secara aktual. Secara teoritik, hasil ini menunjukkan bahwa model tidak memiliki kecocokan yang buruk (goodness-of-fit yang baik), sehingga model dapat dianggap representatif terhadap data yang digunakan.

3.2.2 Overall Model Fit

Tabel 4. Iteration History Beginning Block

Step	Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients
			Constant
Step 0	1	45.752	.842
	2	45.728	.897
	3	45.728	.898

Hasil iterasi dari step 0 dalam blok awal pada tabel 4 di atas menampilkan nilai -2 Log Likelihood sebesar 45,728. Nilai ini diperoleh ketika model belum masuknya variabel nilai konten ke dalam model. Proses iterasi dari step selanjutnya (step 1) memberikan hasil seperti yang terlihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	16.402(a)	.538	.768

Model summary menunjukkan bahwa nilai -2 Log Likelihood adalah 16,402, menurun signifikan dari nilai awal pada iterasi step 0 (45,728). Penurunan ini mencerminkan bahwa penambahan variabel prediktor (nilai konten) telah meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi data.

Nilai Nagelkerke R Square yaitu 0,768 dan Cox & Snell R Square bernilai 0,538 menandakan bahwa model mampu menjelaskan sekitar 76,8% variasi keputusan memilih jurusan yang dapat dipengaruhi oleh kualitas konten edukasi singkat. Secara kuantitatif, nilai ini cukup tinggi dan memperlihatkan bahwa konten singkat edukatif memiliki kontribusi yang besar terhadap pembentukan keputusan tersebut.

3.2.3 Signifikansi

Tabel 6. Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1(a) Nilai_Konten	1.213	.451	7.246	1	.007	3.363
Constant	-16.118	6.120	6.937	1	.008	.000

a. Variable(s) entered on step 1: Nilai_Konten.

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa hipotesis H1 diterima, artinya variabel Nilai_Konten berpengaruh terhadap meningkatnya keyakinan dalam keputusan memilih jurusan program studi secara

signifikan, dengan signifikansi senilai 0,007 ($p < 0,05$) serta nilai Wald senilai 7,246. Koefisien regresi (B) sebesar 1,213 menunjukkan arah hubungan yang positif, adanya peningkatan nilai konten edukasi meningkatkan kemungkinan seseorang untuk membuat keputusan memilih jurusan sebesar 1,213 kali.

Nilai $\text{Exp}(B)$ sebesar 3,363 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada persepsi terhadap nilai konten meningkatkan peluang (odds) seseorang memilih jurusan sebanyak 3,36 kali lipat. Ini memperkuat pandangan teoritik bahwa kualitas konten edukasi digital yang singkat namun informatif dapat menjadi alat strategis dalam mempengaruhi perilaku dan keputusan individu.

Berdasarkan hasil tersebut, memperkuat argumen bahwa platform media sosial melalui konten singkat yang bersifat edukatif memiliki peran penting dalam mempengaruhi keyakinan siswa dalam memutuskan pilihan jurusan untuk pendidikan tinggi. Implikasi dari temuan ini ialah perlunya optimalisasi pemanfaatan media sosial oleh lembaga pendidikan dan pihak terkait dalam menyediakan konten yang informatif, menarik, dan terpercaya guna mendukung proses pengambilan keputusan akademik yang lebih baik.

3.3. Uji Perbedaan

Tabel 7 berikut ini merupakan hasil pengolahan data dari SPSS menggunakan Chi-Square Tests untuk menguji adakah perbedaan keyakinan memilih jurusan antara laki-laki dengan perempuan setelah menyaksikan konten singkat edukasi.

Tabel 7. Chi-Square Tests

	<i>Value</i>	<i>df</i>	<i>Asymp. Sig. (2-sided)</i>	<i>Exact Sig. (2-sided)</i>	<i>Exact Sig. (1-sided)</i>
<i>Pearson Chi-Square</i>	1.643(b)	1	.200		
<i>Continuity Correction(a)</i>	.853	1	.356		
<i>Likelihood Ratio</i>	1.655	1	.198		
<i>Fisher's Exact Test</i>				.288	.178
<i>Linear-by-Linear Association</i>	1.600	1	.206		
<i>N of Valid Cases</i>	38				

Uji Chi-Square yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan pengaruh konten edukasi singkat berdasarkan jenis kelamin menghasilkan nilai signifikansi 0,200 (Pearson Chi-Square). Nilai ini lebih besar dari 0,05, yang berarti bahwa menerima hipotesis H_0 yaitu tidak terdapat perbedaan keyakinan dalam memilih jurusan antara siswa laki-laki dengan perempuan secara signifikan setelah menyaksikan konten singkat edukasi.

Hal ini menunjukkan bahwa konten edukasi singkat memiliki daya tarik dan pengaruh yang relatif setara terhadap kedua jenis kelamin, sehingga dapat dijadikan pendekatan yang inklusif dalam strategi komunikasi edukatif perguruan tinggi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari penelitian ini, dapat disarikan sejumlah poin krusial sebagai berikut:

1. 38 responden yang pernah mengakses konten singkat edukasi di platform media sosial YouTube Shorts, Instagram Reels, dan TikTok, hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa konten singkat edukasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih jurusan. Hasil uji statistik menunjukkan nilai signifikansi sebesar $p = 0,007$ dan nilai $\text{Exp}(B) = 3,363$, yang berarti setiap peningkatan persepsi terhadap kualitas konten meningkatkan kemungkinan calon mahasiswa untuk merasa yakin dalam memilih jurusan sebanyak 3,36 kali lipat. Model regresi ini mampu menjelaskan 76,8% variasi dalam keputusan tersebut.
2. 71,1% dari 38 responden yang menjadi sampel analisis utama, menyatakan yakin terhadap pilihan jurusan mereka setelah mengakses konten edukasi singkat. Perempuan cenderung lebih yakin (42,1%) dibandingkan laki-laki (28,9%), sementara yang menyatakan tidak yakin terdiri dari 10,5% perempuan dan 18,4% laki-laki. Ini menunjukkan bahwa konten edukatif digital berperan besar dalam membentuk keyakinan akademik.
3. Hasil uji Chi-Square menyiratkan tidak ada beda antara laki-laki dengan perempuan secara signifikan dalam keyakinan memilih jurusan setelah mengakses konten edukasi (nilai Pearson Chi-Square = 1,643 dan $p = 0,200$). Hal ini mengindikasikan bahwa konten singkat edukasi di media sosial memiliki pengaruh yang merata terhadap kedua gender.
4. Penelitian ini mempunyai keterbatasan dalam jumlah sampel sebanyak 63 responden yang relatif kecil dan fokus geografis terbatas pada wilayah Kota Pontianak. Ini memengaruhi tingkat generalisasi hasil penelitian terhadap populasi yang lebih luas.

5. Hasil penelitian membuka peluang pengembangan konten edukasi yang lebih efektif, menarik, dan berbasis data dalam membantu proses pengambilan keputusan pendidikan. Pendekatan berbasis media sosial dinilai strategis dan perlu dimanfaatkan lebih maksimal oleh lembaga pendidikan.

5. SARAN

Berikut beberapa saran untuk untuk penelitian lebih lanjut, yaitu:

1. Penelitian berikutnya disarankan melibatkan jumlah responden yang lebih besar serta mencakup berbagai wilayah geografis di Indonesia agar hasilnya dapat digeneralisasikan secara lebih luas dan representatif terhadap populasi calon mahasiswa.
2. Penelitian lanjutan sebaiknya mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat memediasi atau memoderasi pengaruh konten edukasi, seperti peran orang tua, guru BK, aspirasi karier, serta kualitas institusi pendidikan.
3. Penelitian lanjutan dapat mengembangkan model eksperimen dengan kontrol yang lebih ketat, seperti membandingkan kelompok yang terpapar konten edukasi dengan yang tidak, guna melihat efek kausal secara lebih jelas.
4. Diperlukan pengujian lebih lanjut terhadap format, durasi, dan jenis konten edukasi yang paling efektif, agar dapat merancang strategi komunikasi yang lebih optimal dalam membantu siswa memilih jurusan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan terima kasih untuk STMIK Pontianak atas bantuan dalam memfasilitasi pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anmol, L., 2024, An Exploratory Study of the Factors that Influence the Career Choice among High School Students, *International Journal of Science and Research (IJSR)*, no. 2, vol. 13, hal. 952–956. doi: 10.21275/sr24208121719.
- [2] Risfa, G. E., and Zuhra, 2022, Peran Guru Bimbingan dan Konseling Membantu Siswa Kelas XII Menentukan Jurusan Ke Perguruan Tinggi. *Nosipakabelo: Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, no. 2, vol. 3, hal. 32-57. <https://doi.org/10.24239/nosipakabelo.v3i2.1671>
- [3] Silmi, F. F., 2024, Peran Orang Tua Dalam Pengambilan Keputusan Pilihan Jurusan Anak di Pendidikan Tinggi: Analisis Dampak Terhadap Work-Family Conflict, Tesis, Program Studi Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan Sekolah, Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- [4] Qiya, H., 2022, Analysis of Influential Factors for High School Students' Career Choice: Evidence from Canada, *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, vol. 6, hal. 197-205.
- [5] Shilpa, G., Jeetendra P., and Raj K.B., 2023, An Analysis of Influential Factors Affecting Career Selection Process, *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*, vol. 5, issue 4, hal. 1-12. [Daring]. Tersedia pada: www.ijfmr.com
- [6] Bui, N.T., 2024, Research On Factors Affecting The Career Choice Decision Of High School Students In Thai Nguyen Province, *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, no. 1, vol. 7, hal. 75-87.
- [7] Jian, L., Peng, C., and Linyan, M., 2025, Understanding the Influence of Social Media on University Students' Communication Skills in Digital Information Environment, *Profesional de la Informacion*, no. 6, vol. 33. doi: 10.3145/epi.2024.ene.0603.
- [8] Cindy, M. A., 2021, Mayoritas Calon Mahasiswa Cari Informasi Universitas dan Jurusan Lewat Sosial Media, <https://databoks.katadata.co.id/pendidikan/statistik/58c45b0b83d01aa/media-sosial-sumber-informasi-perguruan-tinggi-jurusan-mayoritas-siswa>, Diakses: 27 Mei 2025.
- [9] Pebrianti, R. E., and Meiliza, D. R., 2020, *Buku Ajar Teori Pengambilan Keputusan*, UMSIDA Press, Sidoarjo, Jawa Timur.
- [10] Diana, F., 2019, Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak), *CCIT (Creative Communication and Innovative Technology)*, no. 1, vol. 12, hal. 99–107.

- [11] Yulmi, S., Linda, W., and Surya, D., 2019, Analysis of Gender Differences in Determining Online Purchase Decision-Making Style on Fashion Products in Padang City, *Andalas Management Review*, no. 2, vol. 3, hal. 1–13.
- [12] Quyen, D., 2024, The Influence of Social Media on Perceptions Of Success Among Modern Women, *International Journal of Modern Trends in Social Sciences*, no. 28, vol. 7, hal. 55–64. doi: 10.35631/IJMTSS.728004.
- [13] Emel, D. T., 2020, Educational Use of Social Media in Higher Education: Gender and Social Networking Sites as the Predictors of Consuming, Creating, and Sharing Content. *Acta Educationis Generalis*, no. 2, vol. 10, hal. 112-132. <https://doi.org/10.2478/atd-2020-0013>
- [14] Joshua, W., Andrea, C., Lauren, H., Riccardo, S., and Arianna, C., 2018, Accounting for Individual Differences in Decision-Making Competence: Personality and Gender Differences, *Front. Psychol*, vol. 9:2258. hal. 1-13. doi: 10.3389/fpsyg.2018.02258
- [15] Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Ed.14, Alfabeta, Bandung.
- [16] Taufik, H., and Nina, I., 2011, *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 19 untuk Mengolah Data Statistik Penelitian*, vol. 1, Mediakita, Jakarta.