

PENGARUH TERPAAN KONTEN JOBLESS DI TIKTOK TERHADAP KECEMASAN FRESH GRADUATE DI UNIVERSITAS ISLAM SYEKH YUSUF TAHUN 2025

Rendy Septian¹, Een Irianti², Aulian Khairani³
rendyseptianfa@gmail.com¹, eenirianti@unis.ac.id², akhairani@unis.ac.id³
Universitas Islam Syekh-Yusuf

ABSTRAK

Meningkatnya penyebaran konten mengenai pengangguran (jobless) di media sosial, khususnya TikTok, berpotensi memengaruhi kondisi psikologis fresh graduate yang tengah memasuki masa transisi menuju dunia kerja. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh terpaan konten jobless di TikTok terhadap tingkat kecemasan fresh graduate lulusan tahun 2025 Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif dan paradigma positivisme. Sampel sebanyak 87 responden ditentukan melalui purposive sampling dengan rumus Slovin, dan data dihimpun melalui kuesioner skala Likert lima poin yang mengukur dimensi frekuensi, durasi, dan atensi pada variabel terpaan berita, serta dimensi kecemasan ringan, sedang, berat, dan tingkat panik pada variabel kecemasan. Analisis data meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, uji korelasi, koefisien determinasi, uji t, dan regresi linear sederhana menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan korelasi positif yang kuat antara terpaan berita (X) dan kecemasan (Y) sebesar 0,783 dengan signifikansi 0,000, koefisien determinasi 61,3%, serta persamaan regresi $Y = 24,322 + 0,643X$. Hipotesis alternatif (H1) diterima, yang berarti terpaan konten jobless di TikTok berpengaruh signifikan terhadap kecemasan fresh graduate. Temuan ini memperkuat relevansi teori Uses and Effects dalam menjelaskan dampak psikologis konsumsi media digital pada generasi muda.

Kata Kunci: Terpaan Media, Konten Jobless, Kecemasan, Fresh Graduate, Tiktok.

ABSTRACT

The growing circulation of jobless-related content on social media, particularly TikTok, has raised concern about its potential impact on the psychological condition of fresh graduates entering the labor market transition period. This study examines the effect of exposure to jobless content on TikTok on the anxiety levels of fresh graduates who graduated in 2025 from Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang. A quantitative approach with an associative design and a positivist paradigm was employed. A sample of 87 respondents was determined through purposive sampling using the Slovin formula, and data were collected through a five-point Likert-scale questionnaire measuring frequency, duration, and attention for news exposure, and mild, moderate, severe, and panic-level anxiety for the anxiety variable. Data analysis included instrument testing, classical assumption tests, correlation analysis, the coefficient of determination, a t-test, and simple linear regression using SPSS. Results show a strong positive correlation between news exposure (X) and anxiety (Y) of 0.783, significance of 0.000, a coefficient of determination of 61.3%, and the regression equation $Y = 24.322 + 0.643X$. The alternative hypothesis (H1) was accepted, indicating that exposure to jobless content on TikTok significantly affects fresh graduates' anxiety. These findings reinforce the relevance of the Uses and Effects theory in explaining the psychological impact of digital media consumption among young people.

Keywords: Media Exposure, Jobless Content, Anxiety, Fresh Graduate, Tiktok.

PENDAHULUAN

Revolusi industri digital telah mengubah struktur dunia kerja secara signifikan, termasuk di Indonesia, sehingga setiap lulusan perguruan tinggi dituntut memiliki nilai tambah dan daya saing yang tidak lagi ditentukan semata oleh prestasi akademik, melainkan juga oleh berbagai kompetensi lain yang mendukung kesiapan kerja (Hidayat et al., 2021). Di satu sisi, perguruan tinggi terus mencetak lulusan baru dalam jumlah yang terus

bertambah setiap tahun. Di sisi lain, ketersediaan lapangan kerja belum mampu mengimbangi laju pertumbuhan tersebut. Ketimpangan ini sebagian besar disebabkan oleh belum selarasnya kurikulum pendidikan tinggi dengan kebutuhan dan tuntutan dunia industri, sehingga banyak lulusan belum menguasai keterampilan praktis maupun soft skills yang menjadi syarat penting dalam dunia kerja (World Bank, 2023), ditambah terbatasnya pertumbuhan kesempatan kerja dan sistem pendidikan yang masih berorientasi teori dibandingkan pengembangan keterampilan praktis maupun kewirausahaan (Haris et al., 2025).

Berdasarkan data Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) yang dirilis Badan Pusat Statistik, tingkat pengangguran terbuka (TPT) nasional tercatat sebesar 4,85 persen pada Agustus 2025, kemudian sedikit menurun menjadi 4,74 persen pada November 2025, angka yang menunjukkan bahwa sekitar 5 dari 100 orang dalam angkatan kerja Indonesia belum terserap oleh pasar kerja. Di tengah dinamika tersebut, pemerintah menargetkan penciptaan sekitar 19 juta lapangan pekerjaan baru sebagai bagian dari strategi nasional (Idris, 2025), namun realisasi dan distribusi lapangan kerja tersebut masih menjadi sorotan publik, terutama di kalangan generasi muda dan fresh graduate yang secara langsung menghadapi kompetisi pasar kerja yang ketat (Rizki, 2025).

Isu banyaknya lulusan perguruan tinggi yang belum memperoleh pekerjaan kerap menjadi topik hangat dalam pemberitaan media massa maupun media sosial. Perkembangan media digital memperluas ruang diskusi mengenai narasi “sarjana menganggur” ke platform media sosial, khususnya TikTok, yang menjadi salah satu aplikasi paling dominan digunakan generasi muda. Dalam praktik komunikasi massa, konten yang diproduksi dan didistribusikan melalui media tidak hanya menjalankan fungsi informatif, tetapi juga memuat dimensi edukatif dan rekreatif bagi khalayak (Effendy et al., 2023). Konten sendiri dapat dipahami sebagai satuan informasi yang disajikan dalam format digital yang beragam, mulai dari tulisan, gambar, hingga video pendek yang mudah diakses secara berulang (Mahmudah & Rahayu, 2020). Konten bertema jobless yang beredar di TikTok, misalnya unggahan mengenai tingginya angka pengangguran sarjana, banyak memicu respons beragam dari warganet, sebagian besar menilai fenomena tersebut sebagai akibat minimnya lapangan kerja yang seharusnya difasilitasi oleh negara.

Ketika pemberitaan dan konten yang menonjolkan narasi krisis ketenagakerjaan diterima secara berulang, persepsi bahwa peluang kerja semakin sempit berpotensi terbentuk dan memicu tekanan psikologis, khususnya pada fresh graduate yang berada dalam kondisi rentan menghadapi ketidakpastian masa depan. Fresh graduate merupakan individu yang berada pada fase transisi menuju kedewasaan, dengan tuntutan kemandirian sosial dan ekonomi serta harapan tinggi terhadap masa depan kariernya (Asyiah & Nio, 2025). Ketika harapan tersebut tidak sejalan dengan realitas, paparan informasi negatif mengenai dunia kerja dapat memicu kecemasan. Penelitian menunjukkan bahwa ketidakpastian pekerjaan dan paparan informasi ekonomi negatif berhubungan dengan meningkatnya kecemasan pada lulusan baru, termasuk penurunan kepercayaan diri dan kecenderungan overthinking (Octafian, 2024), sementara tekanan sosial, ketidakpastian ekonomi, dan paparan media digital turut berkontribusi terhadap meningkatnya kecemasan generasi muda pascakelulusan (Purwanto, 2025).

Tingginya penetrasi media sosial memperkuat potensi terpaan tersebut. Pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 212 juta orang dengan rata-rata penggunaan media sosial 3 jam 14 menit per hari, dan Generasi Z merupakan kelompok pengguna paling aktif, terutama pada TikTok (Kemp, 2024). Intensitas penggunaan media yang tinggi meningkatkan kemungkinan individu terpapar konten bertema krisis ketenagakerjaan secara berulang. Algoritma TikTok turut memperkuat paparan tersebut melalui sistem

personalisasi konten berdasarkan riwayat interaksi pengguna: konten yang pernah diakses akan terus direkomendasikan kembali, sehingga membentuk pola konsumsi informasi berulang yang menyerupai fenomena echo chamber (Ginting et al., 2025). Paparan berulang terhadap konten negatif semacam ini berpotensi memperkuat persepsi ancaman terhadap masa depan karier. Pada hakikatnya, terpaan media menekankan seberapa sering (frekuensi), seberapa lama (durasi), dan seberapa besar perhatian (atensi) seorang individu terhadap pesan yang diterima melalui media; semakin sering terpaan yang diterima, semakin besar pula kemungkinan individu tersebut terpengaruh oleh pesan media (Ramadhani, 2024).

Kerangka teoretis yang relevan untuk menjelaskan fenomena ini adalah teori Uses and Effects, yang dikembangkan melalui integrasi antara pendekatan Uses and Gratifications dan teori tradisional mengenai efek media terhadap audiens. Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi massa yang disampaikan melalui berbagai media memiliki kemampuan menimbulkan dampak tertentu terhadap individu yang menggunakannya (Aziza et al., 2021), dan menegaskan adanya keterkaitan antara pengguna media, isi media, dan efek yang dihasilkan. Ketika pengaruh isi media dan cara media digunakan berlangsung bersamaan, keduanya menghasilkan dampak gabungan yang disebut *consequence effect* (Tiftazani, 2023). Dalam perspektif ini, audiens memang aktif dalam memilih media, namun intensitas konsumsi yang tinggi tetap dapat menghasilkan efek kognitif dan afektif tertentu; terpaan berita negatif yang intens berpotensi membentuk persepsi ancaman sosial dan memperkuat respons emosional seperti kekhawatiran dan kecemasan (Bhatiasavi, 2024). Dampak ini cenderung lebih kuat pada individu yang belum memiliki pengalaman kerja yang stabil, seperti *fresh graduate* yang baru menyelesaikan pendidikan sarjana (Liu et al., 2026).

Kajian mengenai pengaruh terpaan berita terhadap kecemasan telah banyak dilakukan pada berbagai konteks pemberitaan. Studi mengenai terpaan berita pelecehan seksual di radarbogor.id menemukan pengaruh signifikan terhadap kecemasan masyarakat DKI Jakarta, dengan hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak (Azizah et al., 2021). Kajian pada konteks kampus menunjukkan pola serupa, yaitu terpaan pemberitaan pelecehan seksual di lingkungan kampus berpengaruh terhadap kecemasan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi (Firmansyah et al., n.d.). Penelitian mengenai terpaan berita Covid-19 pada platform LINE Today juga membuktikan pengaruh signifikan terhadap kecemasan mahasiswa Universitas Udayana (Putu et al., 2020), dan kajian tentang pemberitaan pembegalan motor di media televisi menemukan nilai *t* hitung 9,306 yang melampaui *t* tabel, menegaskan pengaruh signifikan terhadap kecemasan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian lain mengenai pemberitaan aksi gangster di Kota Tangerang melalui Instagram, dengan pendekatan teori Stimulus-Organism-Response dan pengolahan SmartPLS, turut membuktikan adanya pengaruh signifikan terpaan pemberitaan terhadap sikap warga.

Sebaliknya, sejumlah penelitian tidak menemukan pengaruh yang signifikan. Penelitian mengenai terpaan berita media online tentang begal sepeda menunjukkan bahwa meskipun informasi dapat diterima dan dipahami oleh seluruh sampel, paparan tersebut belum mampu menimbulkan kecemasan yang berarti pada komunitas pesepeda yang diteliti. Demikian pula, penelitian mengenai hubungan terpaan berita Covid-19 di industri penerbangan pada media online dengan keputusan penggunaan jasa transportasi udara pada masa *new normal* tidak menemukan keterkaitan yang bermakna. Pola temuan yang beragam ini mengindikasikan bahwa signifikansi pengaruh terpaan berita terhadap kecemasan atau sikap khalayak sangat bergantung pada relevansi personal isu, karakteristik subjek penelitian, dan platform media yang digunakan.

Meskipun kajian mengenai terpaan berita dan kecemasan telah cukup banyak dilakukan pada isu pelecehan seksual, kriminalitas, dan pandemi, penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh terpaan konten jobless di platform TikTok terhadap kecemasan fresh graduate masih terbatas, terutama pada konteks perguruan tinggi swasta di Indonesia. Sebagian besar penelitian terdahulu mengenai pengangguran dan fresh graduate lebih berfokus pada aspek ekonomi, motivasi kerja, dan stres pencarian kerja secara umum, sementara pengaruh terpaan konten media sosial berbasis algoritma personalisasi terhadap kondisi psikologis fresh graduate belum banyak diuji secara empiris melalui pendekatan kuantitatif berbasis teori Uses and Effects. Research gap inilah yang mendasari relevansi penelitian ini.

Kebaruan ini terletak pada tiga aspek utama. Pertama, objek kajian berupa konten jobless secara spesifik pada platform TikTok, yang berbeda dari objek penelitian terdahulu yang lebih banyak mengangkat isu kriminalitas, pelecehan seksual, atau pandemi. Kedua, subjek penelitian berupa fresh graduate yang belum bekerja atau bekerja sebagai pekerja lepas, sebuah kelompok yang secara psikologis berada pada fase transisi karier yang rentan namun jarang menjadi fokus kajian efek media secara kuantitatif. Ketiga, lokus penelitian di Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang belum pernah dikaji pada penelitian-penelitian sejenis sebelumnya. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang efek media massa terhadap kondisi psikologis audiens, serta memperkuat penerapan teori Uses and Effects dalam konteks pemberitaan ketenagakerjaan di media sosial berbasis algoritma. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh terpaan konten jobless di aplikasi TikTok terhadap tingkat kecemasan fresh graduate lulusan tahun 2025 Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme dan desain asosiatif, yang diarahkan untuk menguji keterkaitan serta daya pengaruh antara variabel Terpaan Berita Konten Jobless (X) dan Tingkat Kecemasan (Y) pada fresh graduate lulusan 2025 Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang. Data dikumpulkan secara daring melalui kuesioner sejak awal tahun 2026.

Populasi penelitian adalah fresh graduate lulusan 2025 yang belum bekerja, berjumlah 678 orang (setelah dikurangi 370 lulusan pascasarjana dari total 1.048 lulusan). Sampel ditentukan menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) lulusan S1 tahun 2025; (2) pernah melihat konten jobless di TikTok; (3) belum bekerja atau bekerja sebagai freelance/buruh harian lepas dengan upah di bawah UMK; dan (4) anonim tanpa keterkaitan personal dengan peneliti. Ukuran sampel dihitung dengan rumus Slovin (tingkat kesalahan 10%): $n = N / (1 + (N \times e^2))$, menghasilkan 87,14 yang dibulatkan menjadi 87 responden (Fadel et al., 2024).

Variabel Terpaan Berita (X) dioperasionalkan melalui tiga dimensi frekuensi, durasi, dan atensi (Ardianto, 2017, dalam Tiftazani, 2023) dijabarkan ke dalam sembilan indikator. Variabel Kecemasan (Y) diukur melalui empat tingkatan ringan, sedang, berat, dan panik (Stuart, 2006, dalam Tiftazani, 2023) dijabarkan ke dalam sebelas indikator. Data dihimpun melalui kuesioner skala Likert lima poin (1 = Sangat Tidak Setuju sampai 5 = Sangat Setuju) (Pranatawijaya et al., 2019). Uji coba awal terhadap 20 butir pernyataan (r tabel 0,339) menyatakan 18 butir valid dan 2 butir gugur (Al Hakim et al., 2021), dengan Cronbach's Alpha awal 0,716 (Sugiyono, 2020) 18 butir valid tersebut digunakan sebagai instrumen final.

Analisis data menggunakan SPSS meliputi: analisis deskriptif, uji instrumen (validitas dan reliabilitas) (Sugiyono, 2020); uji asumsi klasik normalitas (Kolmogorov–Smirnov) (Ahadi et al., 2023), linearitas (Deviation from Linearity) (Ongko et al., 2024), dan heteroskedastisitas (uji Glejser) (Astuti & Ardila, 2019, Vidyana & Atnan, 2022), uji korelasi Pearson dan koefisien determinasi (R^2) (Ongko et al., 2024) uji hipotesis (uji t) dengan kriteria signifikan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig. < 0,05$ (Damapolii et al., 2025), serta regresi linear sederhana $Y = a + bX$ (Vidyana & Atnan, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 87 responden fresh graduate lulusan tahun 2025 Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang yang memenuhi seluruh kriteria sampel. Berdasarkan jenis kelamin, responden laki-laki berjumlah 49 orang (56,3%) dan perempuan 38 orang (43,7%), sehingga distribusi jenis kelamin dalam sampel tergolong relatif proporsional meski laki-laki sedikit mendominasi.

Ditinjau dari program studi asal, sampel penelitian mencakup mahasiswa dari beragam disiplin ilmu di lingkungan UNIS Tangerang, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi Asal

Program Studi	Frekuensi	Persentase (%)
Manajemen	30	34,5
Akuntansi	13	14,9
Hukum	11	12,6
Pendidikan Agama Islam	11	12,6
Ilmu Komunikasi	8	9,2
Ilmu Hukum	4	4,6
Teknik Informatika	4	4,6
Administrasi Publik	3	3,4
Ekonomi	1	1,1
Pendidikan	1	1,1
Teknik Sipil	1	1,1
Total	87	100

Keberagaman asal program studi tersebut memperluas variasi karakteristik sampel sehingga potret kondisi fresh graduate dapat direpresentasikan secara lebih heterogen. Seluruh responden (100%) merupakan lulusan tahun 2025, seluruhnya (100%) pernah melihat konten jobless di TikTok, dan seluruhnya (100%) berstatus belum bekerja, sesuai dengan kriteria inklusi sampel yang telah ditetapkan sebelumnya. Kesesuaian penuh ini menegaskan bahwa seluruh responden merupakan unit analisis yang tepat untuk mengkaji pengaruh terpaan konten jobless terhadap kecemasan fresh graduate yang tengah berada dalam masa pencarian kerja.

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Hasil pengolahan statistik deskriptif atas data 87 responden disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Terpaan Berita	87	28	45	40,30	3,965
Kecemasan	87	42	55	50,24	3,256

Skor variabel Terpaan Berita berada pada interval 28–45 dengan rata-rata 40,30 dan simpangan baku 3,965. Posisi rata-rata yang mendekati batas atas skor empiris mengindikasikan intensitas paparan berita yang relatif tinggi, sementara simpangan baku yang jauh lebih rendah daripada rata-rata menunjukkan bahwa respons antarresponden tidak mengalami penyebaran yang lebar, sehingga karakter datanya cenderung seragam. Pada

variabel Kecemasan, skor bergerak dari 42 hingga 55, dengan rata-rata 50,24 dan simpangan baku 3,256. Rata-rata yang terletak di atas nilai tengah rentang empiris mencerminkan kecenderungan kecemasan responden pada taraf yang relatif tinggi, dengan sebaran data yang relatif sempit dan terkonsentrasi di sekitar nilai rata-rata.

Analisis deskriptif terhadap jawaban kuesioner pada sembilan indikator variabel Terpaan Berita (X.1.1–X.3.3) menunjukkan kecenderungan penilaian pada taraf tinggi, tercermin dari konsentrasi jawaban pada skor 4 dan 5 di hampir seluruh indikator. Pada indikator X.1.1 (frekuensi melihat berita harian), nilai rata-rata tercatat sebesar 2,000, lebih rendah dibanding indikator lainnya, yang mengindikasikan bahwa pada aspek frekuensi harian tertentu, responden tidak merasakan intensitas yang sama kuatnya. Namun demikian, indikator X.1.2 hingga X.3.3 berada pada kisaran 4,391–4,563, menunjukkan kecenderungan sangat tinggi; indikator dengan rata-rata tertinggi adalah X.2.3 (durasi membaca berita jobless) sebesar 4,563. Secara keseluruhan, total rata-rata variabel Terpaan Berita sebesar 4,206 menunjukkan bahwa tingkat terpaan berita pada responden berada pada kategori tinggi, mengindikasikan bahwa responden cukup aktif menerima informasi mengenai fenomena jobless dari berbagai sumber di TikTok.

Pada sebelas indikator variabel Kecemasan (Y.1.1–Y.4.2), kecenderungan respons juga berada pada tingkat tinggi, dengan rata-rata pada seluruh indikator berkisar antara 4,448 hingga 4,644. Skor tertinggi diperoleh indikator Y.2.1 (gelisah setelah membaca berita tingginya angka pengangguran) dan Y.2.2 (memikirkan peluang kerja setelah membaca berita), masing-masing sebesar 4,644, sementara indikator Y.1.2 (khawatir terhadap masa depan karier) mencatat rata-rata terendah, yaitu 4,448 — nilai yang tetap tergolong tinggi dibandingkan rentang skala pengukuran. Total rata-rata variabel Kecemasan sebesar 4,567 menunjukkan bahwa tingkat kecemasan responden berada pada kategori tinggi, dengan pola respons yang cenderung homogen dan konsisten pada seluruh indikator yang digunakan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas pada tahap analisis akhir menggunakan data 87 responden ($r_{\text{tabel}} = 0,240$) menunjukkan bahwa seluruh 18 butir pernyataan pada variabel Terpaan Berita maupun Kecemasan memiliki nilai r_{hitung} yang melampaui r_{tabel} , sehingga seluruh butir dinyatakan valid dan layak dipertahankan sebagai instrumen pengumpulan data. Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,770 untuk variabel Terpaan Berita dan 0,685 untuk variabel Kecemasan (Tabel 3), keduanya melampaui ambang batas 0,60, sehingga instrumen dinyatakan memenuhi kriteria reliabilitas dan memiliki konsistensi internal yang memadai (Sugiyono, 2020).

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Terpaan Berita	0,770	Reliabel
Kecemasan	0,685	Reliabel

Pemeriksaan normalitas dilakukan melalui histogram, normal P–P plot, dan uji statistik One-Sample Kolmogorov–Smirnov. Visualisasi histogram memperlihatkan distribusi residual yang terpusat dan relatif simetris tanpa kecenderungan kemencengan ke kanan maupun kiri, sementara normal P–P plot menunjukkan titik-titik residual yang terdistribusi di sepanjang garis diagonal dengan penyimpangan yang relatif kecil. Hasil uji One-Sample Kolmogorov–Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga residual dalam model penelitian dinyatakan berdistribusi normal.

Uji linearitas menghasilkan nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0,476, jauh lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Terpaan

Berita dan Kecemasan tidak mengalami deviasi linearitas yang berarti, sehingga keterkaitan kedua variabel dapat dinyatakan mengikuti pola linear. Nilai signifikansi pada komponen Linearity sebesar 0,000 turut mengonfirmasi bahwa hubungan linear antara kedua variabel signifikan secara statistik.

Uji heteroskedastisitas dilakukan melalui dua prosedur. Secara visual, grafik scatterplot memperlihatkan titik-titik residual yang terdistribusi secara acak di atas dan di bawah nilai nol pada sumbu Y tanpa membentuk konfigurasi atau pola tertentu, mengindikasikan varians residual yang relatif konstan. Secara statistik, uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,527 pada variabel Terpaan Berita, lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak berkorelasi secara signifikan dengan nilai absolut residual. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dinyatakan tidak mengandung gejala heteroskedastisitas, dan seluruh asumsi klasik regresi linear sederhana telah terpenuhi sehingga model layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Pearson

	Terpaan Berita	Kecemasan
Terpaan Berita — Pearson Correlation	1	0,783**
— Sig. (2-tailed)		0,000
— N	87	87
Kecemasan — Pearson Correlation	0,783**	1
— Sig. (2-tailed)	0,000	
— N	87	87

Keterangan: tanda bintang ganda pada nilai koefisien menunjukkan korelasi signifikan pada level 0,01 (2-tailed)

Koefisien korelasi Pearson antara variabel Terpaan Berita dan Kecemasan diperoleh sebesar 0,783, menunjukkan keterkaitan positif dengan tingkat hubungan yang kuat: peningkatan intensitas terpaan berita jobless cenderung diikuti oleh kenaikan tingkat kecemasan responden. Nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) mengonfirmasi bahwa hubungan tersebut bermakna secara statistik pada 87 responden.

Koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan pada Tabel 5 diperoleh sebesar 0,613, yang berarti 61,3% variasi pada variabel Kecemasan dapat diterangkan oleh variabel Terpaan Berita dalam model penelitian ini, sedangkan 38,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam model, seperti kondisi ekonomi personal, dukungan sosial, atau kepribadian individu.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,783	0,613	0,609	2,037

Uji Hipotesis dan Regresi Linear Sederhana

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) dan Koefisien Regresi

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	24,322	2,243		10,846	0,000
Terpaan Berita	0,643	0,055	0,783	11,613	0,000

Hasil pengujian parsial pada variabel Terpaan Berita menghasilkan nilai t hitung sebesar 11,613, jauh melampaui t tabel sebesar 1,988, dengan nilai probabilitas 0,000, lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Berdasarkan kriteria tersebut, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima, yang berarti Terpaan Berita secara statistik berpengaruh signifikan terhadap Kecemasan (Y).

Berdasarkan nilai Unstandardized Coefficients B, diperoleh intersep sebesar 24,322 dan koefisien regresi Terpaan Berita sebesar 0,643, sehingga persamaan regresi linear

sederhana dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 24,322 + 0,643X$$

Nilai konstanta (intersep) 24,322 merepresentasikan estimasi tingkat Kecemasan ketika skor Terpaan Berita berada pada titik nol. Koefisien regresi 0,643 menunjukkan gradien positif: setiap penambahan satu unit skor Terpaan Berita diikuti oleh kenaikan estimasi Kecemasan sebesar 0,643 unit, dan sebaliknya, penurunan satu unit skor Terpaan Berita diikuti penurunan estimasi Kecemasan dengan besaran yang sama.

Pembahasan

Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa terpaan konten jobless di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kecemasan fresh graduate Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang, dengan kontribusi pengaruh yang tergolong besar, yakni 61,3% dari variasi tingkat kecemasan dapat dijelaskan oleh terpaan konten tersebut. Nilai korelasi 0,783 menunjukkan hubungan yang kuat dan searah antara kedua variabel: semakin tinggi frekuensi, durasi, dan atensi responden terhadap konten jobless, semakin tinggi pula kecenderungan kecemasan yang dirasakan terkait prospek pekerjaan mereka.

Temuan ini konsisten dengan sejumlah penelitian terdahulu yang menemukan pengaruh signifikan antara terpaan pemberitaan tertentu dan tingkat kecemasan khalayak, seperti pengaruh terpaan berita pelecehan seksual di radarbogor.id terhadap kecemasan masyarakat DKI Jakarta (Azizah et al., 2021), terpaan pemberitaan pelecehan seksual di lingkungan kampus terhadap kecemasan mahasiswa, terpaan berita Covid-19 pada LINE Today terhadap kecemasan mahasiswa Universitas Udayana (Putu et al., 2020), maupun terpaan pemberitaan pembegalan motor di televisi terhadap kecemasan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya yang bahkan menunjukkan nilai *t* hitung yang jauh melampaui *t* tabel. Kesamaan pola pada studi-studi tersebut memperkuat argumen bahwa terpaan pemberitaan mengenai isu yang bersifat mengancam atau relevan secara personal bagi khalayak cenderung diikuti oleh respons kecemasan yang signifikan.

Namun demikian, temuan penelitian ini berbeda dengan sejumlah studi yang tidak menemukan pengaruh signifikan, seperti terpaan berita begal sepeda di media daring terhadap kecemasan komunitas pesepeda, maupun terpaan berita Covid-19 di sektor penerbangan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi udara. Perbedaan hasil ini mengindikasikan bahwa signifikansi pengaruh terpaan berita terhadap kecemasan atau perilaku audiens sangat ditentukan oleh derajat relevansi personal isu bagi subjek penelitian. Isu jobless memiliki keterkaitan langsung dan mendesak bagi fresh graduate yang tengah berada dalam masa pencarian kerja, sehingga paparan konten tersebut lebih mudah diinternalisasi sebagai ancaman personal dibandingkan isu-isu yang jaraknya lebih jauh dari pengalaman langsung responden, seperti berita begal sepeda pada komunitas yang tidak seluruhnya terdampak langsung.

Temuan ini memperoleh pijakan teoretis yang kuat dari perspektif Uses and Effects, yang memandang bahwa penggunaan media oleh khalayak, dikombinasikan dengan karakteristik isi media yang dikonsumsi, dapat menghasilkan dampak gabungan atau *consequence* tertentu (Tiftazani, 2023). Fresh graduate berada pada fase transisi yang secara psikologis rentan, ditandai oleh ketidakpastian proses rekrutmen, tingginya kompetisi antarpelamar, tuntutan kualifikasi, serta keterbatasan ketersediaan lapangan kerja. Paparan konten jobless yang menonjolkan narasi krisis ketenagakerjaan secara berulang berpotensi memperbesar persepsi ancaman terhadap prospek memperoleh pekerjaan. Ketika informasi semacam itu diterima secara berulang, fresh graduate berpotensi membentuk penilaian bahwa risiko tidak terserap ke dalam dunia kerja semakin tinggi, mendorong kecenderungan membayangkan skenario terburuk (*catastrophizing*) yang pada akhirnya meningkatkan respons kecemasan (Liu et al., 2026). Pola ini sejalan dengan temuan bahwa ketidakpastian

pekerjaan dan paparan informasi ekonomi negatif berkaitan dengan menurunnya kepercayaan diri dan meningkatnya kecenderungan overthinking pada lulusan baru (Octafian, 2024), serta bahwa tekanan sosial, ketidakpastian ekonomi, dan paparan media digital berkontribusi terhadap kecemasan generasi muda pascakelulusan (Purwanto, 2025).

Dalam perspektif komunikasi massa, platform media sosial seperti TikTok telah melampaui fungsi rekreatif semata dan turut menjadi pembentuk realitas sosial bagi penggunanya. Konten yang bersifat repetitif mengenai jobless dapat memperkuat framing bahwa kondisi tersebut adalah hal yang umum terjadi, sehingga memengaruhi cara individu menilai situasi dirinya sendiri. Pada fresh graduate yang belum memiliki pengalaman kerja yang cukup, paparan tersebut dapat memperkuat perasaan tidak siap, takut gagal, dan cemas terhadap proses mendapatkan pekerjaan. Karakteristik algoritmik TikTok turut memperkuat pola ini: sistem personalisasi konten berdasarkan riwayat interaksi pengguna menyebabkan konten yang pernah diakses terus direkomendasikan kembali, membentuk pola konsumsi informasi berulang yang menyerupai echo chamber (Ginting et al., 2025). Ketika seseorang beberapa kali menonton konten terkait kesulitan mencari kerja, platform akan kembali menyajikan konten serupa secara berulang, sehingga terpaan menjadi lebih intens dan sulit dihindari, dan efek psikologis yang ditimbulkan turut menguat.

Hasil uji asumsi klasik yang seluruhnya terpenuhi normalitas residual, linearitas hubungan, dan tidak adanya heteroskedastisitas memberikan keyakinan bahwa model regresi linear sederhana $Y = 24,322 + 0,643X$ merupakan model yang layak dan andal untuk menjelaskan hubungan antara terpaan konten jobless dan kecemasan pada populasi penelitian ini. Nilai koefisien determinasi sebesar 61,3% tergolong tinggi untuk penelitian ilmu sosial yang melibatkan konstruk psikologis, mengindikasikan bahwa terpaan media bukan sekadar salah satu faktor, melainkan salah satu determinan utama tingkat kecemasan fresh graduate dalam sampel penelitian ini, meskipun tetap terdapat 38,7% variasi yang dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model, seperti kondisi psikologis individu, dukungan keluarga, atau tekanan ekonomi personal yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa terpaan konten jobless di TikTok bukan sekadar aktivitas konsumsi informasi yang netral, melainkan sebuah proses komunikasi massa yang memiliki implikasi nyata terhadap kondisi emosional penggunanya, khususnya kelompok fresh graduate yang secara psikologis berada dalam masa transisi karier penuh ketidakpastian. Semakin tinggi intensitas paparan yang diterima, semakin besar pula kemungkinan individu mengalami peningkatan kecemasan terkait masa depan kariernya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terpaan konten jobless di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecemasan fresh graduate lulusan 2025 Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang, didukung oleh koefisien korelasi Pearson 0,783, koefisien determinasi 61,3%, dan uji t yang signifikan (t hitung 11,613 > t tabel 1,988; sig. 0,000 < 0,05), sehingga H_1 diterima. Persamaan regresi $Y = 24,322 + 0,643X$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit skor terpaan berita jobless diikuti kenaikan estimasi skor kecemasan sebesar 0,643 unit. Temuan ini mendukung relevansi teori Uses and Effects dalam konteks media sosial berbasis algoritma, yang menegaskan bahwa penggunaan media dapat memproduksi konsekuensi afektif berupa kecemasan, khususnya pada audiens yang secara personal rentan terhadap isu yang diberitakan.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar fresh graduate meningkatkan literasi media dan mengimbangi konsumsi konten negatif dengan konten edukatif-suportif bagi persiapan karier; kreator konten dan media daring menyajikan berita ketenagakerjaan secara

lebih berimbang dan solutif; perguruan tinggi mengoptimalkan program pendampingan karier dan layanan konseling kesehatan mental bagi mahasiswa tingkat akhir dan alumni; serta pemerintah memperkuat strategi komunikasi publik dan dukungan psikologis bagi pencari kerja muda. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan responden, menambahkan variabel lain seperti dukungan sosial atau efikasi diri, atau menggunakan pendekatan kualitatif/mixed methods.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahadi, G. D., Nur, N., & Ersela, L. (2023). The simulation study of normality test using Kolmogorov-Smirnov. *Jurnal Matematika*, 6(1).
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Astuti, E. P., & Ardila, R. (2019). Pengaruh perubahan tingkat suku bunga Bank Indonesia dan perubahan nilai tukar rupiah pada US Dollar terhadap harga saham-saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 2(3), 65. <https://doi.org/10.32493/skt.v2i3.2792>
- Asyiah, S., & Nio, S. R. (2025). Karier pada fresh graduate yang sedang mencari kerja. *Jurnal Psikologi*, 3(1), 192–197.
- Aziza, R., et al. (2021). Komunikasi massa dan efek media terhadap khalayak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Azizah, N. A., Aminah, R. S., & Puspanidra, T. (2021). Pengaruh terpaan berita pelecehan seksual di Radarbogor.id terhadap tingkat kecemasan masyarakat DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27, 0–7.
- Bhatiasavi, V. (2024). The uses and gratifications of social media and their impact on social relationships and psychological well-being. *Frontiers in Psychiatry*. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2024.1260565>
- Damapolii, F., et al. (2025). Uji hipotesis dalam analisis regresi linear.
- Effendy, O. U., et al. (2023). Komunikasi massa dan fungsi media dalam masyarakat digital.
- Fadel, M., et al. (2024). Penentuan sampel penelitian menggunakan rumus Slovin.
- Firmansyah, R. M., Dwi, A. T., & Saifudin, A. G. (n.d.). Persaingan jobseeker bagi fresh graduate di era milenial. 1, 150–156.
- Ginting, S. R. R., Suparman, & Mulyono. (2025). Algoritma cerdas TikTok: Mengubah cara Generasi Z mengonsumsi informasi. *Jurnal Komunikasi*, 5, 485–495.
- Haris, A., Al, M., & Afif, A. (2025). Penyebab maraknya pengangguran lulusan perguruan tinggi di Indonesia. *Jurnal Pendidikan*, 6(2), 38–43.
- Hidayat, R., Sari, M. R., & Yusuf, M. (2021). Kesiapan kerja lulusan perguruan tinggi. *Jurnal Abdidias*, 2(5), 1092–1098.
- Idris, M. (2025). Janji 19 juta lapangan kerja dan realitanya kini.
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia.
- Liu, Y., Liu, M., & Zhang, S. (2026). Interpersonal satisfaction and classroom silence in Chinese universities: The mediating role of social anxiety. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2026.1676791>
- Mahmudah, S., & Rahayu, T. (2020). Konten digital dan penyebaran informasi di media sosial.
- Octafian, R. (2024). Motivasi sebagai jembatan gap pengalaman fresh graduate. *Jurnal Psikologi*, 4.
- Ongko, C. S., Nugroho, N., & Cendana, P. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 36–43.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online. *Jurnal Sains dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Purwanto, B. (2025). Generasi gelisah: Pendekatan fenomenologis kecemasan. *Jurnal Pendidikan Indonesia (PJPI)*.
- Putu, N. Y. P. R., Made, N. R. A. G., & Suryawati, I. G. A. A. (2020). Pengaruh terpaan berita

- Covid-19 pada LINE Today terhadap kecemasan mahasiswa Universitas Udayana. 1–6.
- Ramadhani, R. (2024). Pengaruh terpaan media sosial TikTok terhadap minat mengerjakan skripsi. *Jurnal Komunikasi*, 12(02), 1–15.
- Rizki, K. A. (2025). Masyarakat pesimistis cari sumber penghasilan, apa kabar janji 19 juta lapangan kerja?
- Sugiyono. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tiftazani. (2023). Teori Uses and Effects dan pengukuran terpaan media. *Jurnal Komunikasi*.
- Vidyana, A. N., & Atnan, N. (2022). Terpaan media sosial dan perilaku pengguna TikTok. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7131–7144.
- World Bank. (2023). Kesenjangan kompetensi lulusan dan kebutuhan industri.