

**PENGARUH KONTEN ADMISI DAN PROSPEK KARIER TERHADAP
KEPUTUSAN MEMILIH PRODI: SURVEI MAHASISWA PAI DAN PIAUD
FITK UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA ANGKATAN 2025**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Disusun oleh:

Meisya Eva Wulansari

NIM: 22104090026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Meisya Eva Wulansari
NIM : 22104090026
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya ini adalah asli hasil penelitian peneliti sendiri dan bukan plagiasi karya orang lain kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 19 Februari 2026

Yang Menyatakan



Meisya Eva Wulansari

NIM. 22104090026

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Meisya Eva Wulansari
NIM : 22104090026
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya tidak menuntut kepada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab saya dalam Ijazah Strata Satu saya). Seandainya dikemudian hari terdapat instansi yang menolak Ijazah tersebut karena penggunaan jilbab.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Yogyakarta, 19 Februari 2026

Yang menyatakan,



Meisya Eva Wulansari

NIM. 22104090026

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI DARI PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan pembimbingan, maka kami selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Meisya Eva Wulansari
NIM : 22104090026
Judul Skripsi : PENGARUH KONTEN ADMISI DAN PROSPEK KARIER TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODI: SURVEI MAHASISWA PAI DAN PIAUD FITK UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA ANGKATAN 2025

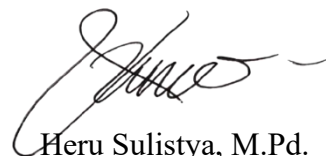
sudah dapat diajukan kepada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan.

Dengan ini kami berharap agar skripsi Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 19 Februari 2026

Pembimbing Skripsi



Heru Sulistya, M.Pd.

NIP. 19941021 201903 1 009

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513056 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-847/Un.02/DT/PP.00.9/03/2026

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH KONTEN ADMISI DAN PROSPEK KARIER TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODI (SURVEI MAHASISWA PAI DAN PIAUD FITK UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA ANGKATAN 2025)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **MEISYA EVA WULANSARI**
Nomor Induk Mahasiswa : **22104090026**
Telah diujikan pada : **Jumat, 27 Februari 2026**
Nilai ujian Tugas Akhir : **A-**

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Heru Sulisty, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 69aa7d241382e



Penguji I
Rinduan Zain, S.Ag, MA.
SIGNED

Valid ID: 69aa6c43e3929



Penguji II
Dr. Miftahus Sa'adah, S.Pd.I., M.Ed.
SIGNED

Valid ID: 69a9172d758a5



Yogyakarta, 27 Februari 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Prof. Dr. Sigit Purnama, S.Pd.I., M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 69aa82b86ac31

MOTTO

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ۖ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَب ۝ ٨

“Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Asy-Syarah : 7-8)¹



¹ “Surat al-Insyirah Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb,” March 18, 2019, <https://tafsirweb.com/37364-surat-al-insyirah-lengkap.html>.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

Almamater tercinta

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, atas izin dan karunia-Nya, penulis diberi kemudahan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “*Pengaruh Konten Admisi dan Prospek Karier terhadap Keputusan Memilih Prodi: Survei Mahasiswa PAI dan PIAUD UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2025*”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu prasyarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.

Shalawat dan salam semoga selalu menyertai dan tumpahruah kepada baginda Rasulullah Nabi Muhammad ﷺ, junjungan kita. Sebagai suri teladan yang telah membimbing umat dari zaman jahiliyah menuju masa yang disinari oleh ilmu pengetahuan, keimanan, dan amal saleh.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari arahan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Sigit Purnama, S.Pd.I., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, atas segala kesempatan, dukungan fasilitas, serta lingkungan belajar yang ideal bagi penulis.
2. Ibu Siti Nur Hidayah, S.Th.I., M.Sc.I., Ph.D. dan Bapak Irwanto, M.Pd., selaku Kepala dan Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Atas dedikasinya, penulis mendapatkan dukungan, arahan, serta pelayanan yang optimal selama masa studi.
3. Bapak Heru Sulistya, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, mengarahkan, serta memberikan petunjuk sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Orang tua saya dan keluarga tercinta atas doa, kasih sayang, dan segalanya yang telah diberikan dan menjadi alasan utama penulis untuk terus berjuang

sampai titik ini juga sebagai sumber kekuatan penulis untuk menyelesaikan studi ini.

5. Segenap dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, yang telah membantu penulis dalam menjalani perkuliahan di Prodi MPI.
6. Teman-teman seperjuangan, MPI angkatan 2022 (Asteration), khususnya kepada yang telah memberikan semangat dan mendukung penulis dari awal hingga akhir studi.
7. Teman-teman Kalimasada yang selalu menjadi rumah kedua bagi penulis dan dukungan yang luar biasa di masa perkuliahan.
8. Teman-teman yang telah memberikan *support system* terbaik bagi penulis yaitu Nadia Fauziah Rachmawan, Anggraini Tsalsa Istiqomah, Widyawati, Nasywa Fathiya Rahma, dan Maulana Fadilah Ishak atas motivasi, semangat, dan dukungan yang telah diberikan.

Akhir kata, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Semoga Allah Swt membalas kebaikan-kebaikan yang telah diberikan dengan pahala dan keberkahan kehidupan, aamiin.

Yogyakarta, 10 Februari 2026

Penulis



Meisya Eva Wulansari

NIM. 22104090026

ABSTRAK

Meisya Eva Wulansari, *Pengaruh Konten Admisi dan Prospek Karier terhadap Keputusan Memilih Prodi: Survei Mahasiswa PAI dan PIAUD FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2025*. Skripsi, Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2026.

Perkembangan media sosial yang kuat mendorong perguruan tinggi memanfaatkan konten admisi sebagai alat komunikasi dan promosi bagi calon mahasiswa. Dalam konteks ini, prospek karier sering menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan studi lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten admisi terhadap keputusan memilih program studi pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) dan Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD) angkatan 2025 serta peran prospek karier sebagai variabel kontrol.

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan variabel X yakni konten admisi, variabel Y yakni keputusan memilih prodi, dan variabel Z yakni prospek karier yang didasarkan pada Teori Pengambilan Keputusan (*Decision Making Theory*) oleh Kotler dan Armstrong. Penelitian dilaksanakan di Prodi PAI dan PIAUD UIN Sunan Kalijaga angkatan 2025 dengan perhitungan formula *Slovin* diperoleh 104 sampel untuk PAI dan 58 sampel untuk PIAUD yang dipilih secara *simple random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan korelasi bivariat, korelasi parsial, dan regresi linear berganda dengan memenuhi uji prasyarat yaitu uji normalitas dan uji multikolinearitas. Instrumen pengumpulan data dengan kuesioner dengan proses analisis data menggunakan (*Statistical Product and Social Sciences*) SPSS 26.

Hasil menunjukkan adanya hubungan dan pengaruh yang positif dan signifikan antara konten admisi dan keputusan memilih Prodi PAI dan PIAUD, namun pengaruh tersebut terutama beroperasi melalui prospek karier yang ditunjukkan dengan nilai korelasi bivariat 0.748 dan 0.739 lebih besar dari nilai korelasi parsial 0.482 dan 0.304. Persamaan regresi untuk PAI adalah $Y = 2.917 + 0.268X + 0.542Z$. Sementara, persamaan regresi untuk PIAUD adalah $Y = 6.885 + 0.168X + 0.634Z$. Pengaruh Z lebih besar daripada X ke Y. Maka, Z benar-benar menjadi mediator X ke Y. Implikasinya, hubungan X dan Y yang nampak ada sebelumnya adalah *spurious* atau *fake* atau *not real*. Secara simultan (bersama-sama) variabel-variabel tersebut menjelaskan 67.6% variasi keputusan memilih Prodi PAI dan 68% variasi keputusan memilih Prodi PIAUD. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa konten admisi perlu diperkaya dengan bukti konkret tentang peluang karier agar berdampak maksimal terhadap keputusan calon mahasiswa.

Kata Kunci : Keputusan Memilih Prodi, Konten Admisi, Prospek Karier.

ABSTRACT

Meisya Eva Wulansari, *The Influence of Admission Content and Career Prospects on the Decision to Choose a Study Program: A Survey of Islamic Education and Early Childhood Education Students of the Faculty of Islamic Education and Teacher Training, Sunan Kalijaga State Islamic University, Yogyakarta, Class of 2025. Thesis, Yogyakarta: Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Sunan Kalijaga State Islamic University, Yogyakarta, 2026.*

The rapid growth of social media has encouraged universities to utilize admissions content as a communication and promotional tool for prospective students. In this context, career prospects are often a key consideration in making decisions about further study. This study aims to determine the influence of admissions content on the decision to choose a study program among students in the Islamic Religious Education (PAI) and Early Childhood Islamic Education (PIAUD) study programs, graduating in 2025, and the role of career prospects as a control variable.

The research uses a quantitative method with variable X namely admission content, variable Y namely the decision to choose a study program, and variable Z namely career prospects based on Decision Making Theory by Kotler and Armstrong. The research was conducted in the PAI and PIAUD Study Programs of UIN Sunan Kalijaga class of 2025 with the Slovin formula calculation obtained 104 samples for PAI and 58 samples for PIAUD selected by simple random sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using bivariate correlation, partial correlation, and multiple linear regression by fulfilling the prerequisite tests namely normality test and multicollinearity test. The data collection instrument was a questionnaire with the data analysis process using (Statistical Product and Social Sciences) SPSS 26.

The results show a positive and significant relationship and influence between admission content and the decision to choose PAI and PIAUD study programs, but this influence mainly operates through career prospects as indicated by the bivariate correlation values of 0.748 and 0.739 which are greater than the partial correlation values of 0.482 and 0.304. The regression equation for PAI is $Y = 2.917 + 0.268X + 0.542Z$. Meanwhile, the regression equation for PIAUD is $Y = 6.885 + 0.168X + 0.634Z$. The influence of Z is greater than X to Y. Therefore, Z is truly a mediator of X to Y. The implication is that the relationship between X and Y that appeared previously was spurious or fake or not real. Simultaneously (together) these variables explain 67.6% of the variation in the decision to choose PAI study program and 68% of the variation in the decision to choose PIAUD study program. From these findings, it can be concluded that admissions content needs to be enriched with concrete evidence about career opportunities to have maximum impact on prospective students' decisions.

Keywords : *Admissions Content, Career Prospects, Decision to Choose a Major.*

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI DARI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1. Tujuan Penelitian	13
2. Kegunaan Penelitian	14
D. Telaah Pustaka	15
E. Sistematika Pembahasan	24
BAB II LANDASAN TEORI	26
A. Kajian Teori	26
1. Teori Pengambilan Keputusan (<i>Decision Making Theory</i>)	26
2. Konten Admisi	27
3. Prospek Karier	31
4. Keputusan Memilih Jurusan di Perguruan Tinggi	32
5. Hubungan Antar Variabel	37
B. Kerangka Pikir	38
C. Hipotesis Penelitian	39

BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Variabel Penelitian	41
C. Definisi Operasional.....	42
1. Konten Admisi (X).....	42
2. Keputusan Memilih Program Studi (Y).....	45
3. Prospek Karier (Z)	48
D. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
E. Populasi dan Sampel Penelitian	51
1. Populasi.....	51
2. Sampel	52
F. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	56
G. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	61
1. Validitas Instrumen	61
2. Reliabilitas Instrumen.....	64
H. Teknik Analisis Data	66
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	66
2. Analisis Statistik Inferensial	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	73
A. Gambaran Umum Program Studi PAI dan PIAUD.....	73
1. Letak Geografis.....	73
2. Data Mahasiswa PAI dan PIAUD.....	73
3. Sejarah Singkat PAI dan PIAUD	74
4. Visi, Misi, Tujuan PAI dan PIAUD	75
5. Struktur Organisasi	80
B. Analisis Statistik Deskriptif	81
1. Komposisi Sampel	81
2. Distribusi Frekuensi Data	84
3. <i>Crosstabs</i>	88
C. Uji Asumsi Klasik	131
1. Uji Normalitas.....	131
2. Uji Multikolinearitas.....	133

D.	Analisis Statistik Parametrik.....	134
1.	Analisis Korelasi Bivariat.....	134
2.	Analisis Korelasi Parsial.....	138
3.	Regresi Linear Berganda	142
E.	Pembahasan Hasil Temuan dengan Penelitian Sebelumnya	152
BAB V PENUTUP.....		158
A.	Simpulan	158
B.	Saran.....	159
C.	Kata Penutup.....	160
DAFTAR PUSTAKA.....		162
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Interpretasi Variabel X Konten Admisi	44
Tabel 3.2 Interpretasi Variabel Y Keputusan Memilih Prodi.....	47
Tabel 3.3 Interpretasi Variabel Z Prospek Karier	50
Tabel 3.4 <i>Timeline</i> Penelitian	51
Tabel 3.5 Daftar Jumlah Sampel	54
Tabel 3.6 Daftar <i>Random Sampling</i> Mahasiswa Prodi PAI Angkatan 2025	55
Tabel 3.7 Daftar <i>Random Sampling</i> Mahasiswa Prodi PIAUD Angkatan 2025 ...	56
Tabel 3.8 Pemberian Skor (Skala Likert)	57
Tabel 3.9 Kisi-kisi Variabel X Konten Admisi.....	58
Tabel 3.10 Kisi-kisi Variabel Y Keputusan Memilih Prodi.....	59
Tabel 3.11 Kisi-kisi Variabel Z Prospek Karier	60
Tabel 3.12 Hasil Uji Validitas Variabel X (perbandingan nilai signifikansi)	62
Tabel 3.13 Hasil Uji Validitas Variabel Y (perbandingan nilai signifikansi)	63
Tabel 3.14 Hasil Uji Validitas Variabel Z (perbandingan nilai signifikansi)	63
Tabel 3.15 Hasil Rekap Uji Validitas Variabel X, Y, dan Z.....	64
Tabel 3.16 Kategori Instrumen Berdasarkan Cronbach's Alpha	65
Tabel 3.17 Statistik Reliabilitas Variabel X, Y, dan Z.....	65
Tabel 3.18 Kategori Berdasarkan Nilai Korelasi	70
Tabel 4.1 Komposisi Sampel PAI Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel 4.2 Komposisi Sampel PIAUD Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.3 Komposisi Sampel PAI Berdasarkan Kelas	82
Tabel 4.4 Komposisi Sampel PIAUD Berdasarkan Kelas	83
Tabel 4.5 Komposisi Sampel PAI Berdasarkan Jalur Masuk.....	83
Tabel 4.6 Komposisi Sampel PIAUD Berdasarkan Jalur Masuk.....	84
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Konten Admisi (PAI)	84
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Konten Admisi (PIAUD).....	85
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Prospek Karier (PAI)	85
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Prospek Karier (PIAUD)	86
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Y (PAI).....	86
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Y (PIAUD).....	87
Tabel 4.13 <i>Crosstabs</i> Jenis Kelamin dan Konten Admisi (PAI)	88
Tabel 4.14 <i>Chi-Square</i> Jenis Kelamin dan Konten Admisi (PAI)	89
Tabel 4.15 <i>Crosstabs</i> Jenis Kelamin dan Konten Admisi (PIAUD)	89
Tabel 4.16 <i>Chi-Square</i> Jenis Kelamin dan Konten Admisi (PIAUD).....	90
Tabel 4.17 <i>Crosstabs</i> Kelas dan Konten Admisi (PAI)	91
Tabel 4.18 <i>Chi-Square</i> Kelas dan Konten Admisi (PAI).....	92
Tabel 4.19 <i>Crosstabs</i> Kelas dan Konten Admisi (PIAUD).....	92
Tabel 4.20 <i>Chi-Square</i> Kelas dan Konten Admisi (PIAUD)	93
Tabel 4.21 <i>Crosstabs</i> antara Jalur Masuk dan Konten Admisi (PAI).....	94
Tabel 4.22 <i>Chi-Square</i> Jalur Masuk dan Konten Admisi (PAI)	95
Tabel 4.23 <i>Crosstabs</i> antara Jalur Masuk dan Konten Admisi (PIAUD).....	95

Tabel 4.24 <i>Chi-Square</i> Jalur Masuk dan Konten Admisi (PIAUD).....	96
Tabel 4.25 <i>Crosstabs</i> Jenis Kelamin dan Prospek Karier (PAI).....	97
Tabel 4.26 <i>Chi-Square</i> Jenis Kelamin dan Prospek Karier (PAI)	98
Tabel 4.27 <i>Crosstabs</i> Jenis Kelamin dan Prospek Karier (PIAUD)	98
Tabel 4.28 <i>Chi-Square</i> Jenis Kelamin dan Prospek Karier (PIAUD)	99
Tabel 4.29 <i>Crosstabs</i> Kelas dan Prospek Karier (PAI)	100
Tabel 4.30 <i>Chi-Square</i> Kelas dan Prospek Karier (PAI).....	101
Tabel 4.31 <i>Crosstabs</i> Kelas dan Prospek Karier (PIAUD)	101
Tabel 4.32 <i>Chi-Square</i> Kelas dan Prospek Karier (PIAUD).....	102
Tabel 4.33 <i>Crosstabs</i> Jalur Masuk dan Prospek Karier (PAI).....	103
Tabel 4.34 <i>Chi-Square</i> Jalur Masuk dan Prospek Karier (PAI)	104
Tabel 4.35 <i>Crosstabs</i> Jalur Masuk dan Prospek Karier (PIAUD).....	105
Tabel 4.36 <i>Chi-Square</i> Jalur Masuk dan Prospek Karier (PIAUD)	106
Tabel 4.37 <i>Crosstabs</i> Jenis Kelamin dan Variabel Y (PAI)	106
Tabel 4.38 <i>Chi-Square</i> Jenis Kelamin dan Variabel Y (PAI)	107
Tabel 4.39 <i>Crosstabs</i> Jenis Kelamin dan Variabel Y (PIAUD).....	108
Tabel 4.40 <i>Chi-Square</i> Jenis Kelamin dan Variabel Y (PIAUD)	109
Tabel 4.41 <i>Crosstabs</i> Kelas dan Keputusan Memilih Prodi PAI.....	110
Tabel 4.42 <i>Chi-Square</i> Kelas dan Keputusan Memilih Prodi PAI.....	110
Tabel 4.43 <i>Crosstabs</i> Kelas dan Keputusan Memilih Prodi PIAUD	111
Tabel 4.44 <i>Chi-Square</i> Kelas dan Keputusan Memilih Prodi PIAUD.....	111
Tabel 4.45 <i>Crosstabs</i> Jalur Masuk dan dan Variabel Y (PAI)	112
Tabel 4.46 <i>Chi-Square</i> Jalur Masuk dan Variabel Y (PAI).....	113
Tabel 4.47 <i>Crosstabs</i> Jalur Masuk dan Variabel Y (PIAUD).....	114
Tabel 4.48 <i>Chi-Square</i> Jalur Masuk dan Variabel Y (PIAUD)	115
Tabel 4.49 <i>Crosstabs</i> Variabel X dan Y (PAI).....	115
Tabel 4.50 <i>Chi-Square</i> Variabel X dan Y (PAI)	117
Tabel 4.51 <i>Crosstabs</i> Variabel X dan Y (PIAUD).....	117
Tabel 4.52 <i>Chi-Square</i> Variabel X dan Y (PIAUD).....	119
Tabel 4.53 <i>Crosstabs</i> Variabel Z dan Y (PAI)	120
Tabel 4.54 <i>Chi-Square</i> Variabel Z dan Y (PAI).....	121
Tabel 4.55 <i>Crosstabs</i> Variabel Z dan Y (PIAUD)	122
Tabel 4.56 <i>Chi-Square</i> Variabel Z dan Y (PIAUD)	123
Tabel 4.57 <i>Crosstabs</i> Variabel X, Y, dan Z (PAI).....	124
Tabel 4.58 <i>Chi-Square</i> Variabel X, Y, dan Z (PAI)	127
Tabel 4.59 <i>Crosstabs</i> Variabel X, Y, dan Z (PIAUD)	128
Tabel 4.60 <i>Chi-Square</i> Variabel X, Y, dan Z (PIAUD)	130
Tabel 4.61 Uji Normalitas Residual (PAI)	131
Tabel 4.62 Uji Normalitas Residual (PIAUD)	132
Tabel 4.63 Uji Multikolinearitas (PAI)	133
Tabel 4.64 Uji Multikolinearitas (PIAUD)	133
Tabel 4.65 Hasil Uji Korelasi Bivariat (PAI)	134
Tabel 4.66 Hasil Uji Korelasi Bivariat (PIAUD).....	136

Tabel 4.67 Hasil Uji Korelasi Parsial (PAI)	138
Tabel 4.68 Hasil Uji Korelasi Parsial (PIAUD)	140
Tabel 4.69 Model Summary Regresi Berganda (PAI).....	142
Tabel 4.70 Model Summary Regresi Berganda (PIAUD).....	143
Tabel 4.71 ANOVA Regresi Berganda (PAI)	143
Tabel 4.72 ANOVA Regresi Berganda (PIAUD).....	144
Tabel 4.73 Koefisien Regresi Berganda (PAI)	144
Tabel 4.74 Koefisien Regresi Berganda (PIAUD).....	148



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendaftar Prodi PAI Berdasarkan Jalur Masuk	10
Gambar 1.2 Pendaftar Prodi Keagamaan di FITK	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 3.1 Skema Hubungan Variabel X, Y, dan Z	41



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Rekap Data Peminat FITK
- Lampiran II : Rekap Data Peminat PAI
- Lampiran III : Rekap Data Peminat PIAUD
- Lampiran IV : Instrumen Penelitian
- Lampiran V : Hasil Uji Validitas Variabel X, Y, dan Z
- Lampiran VI : Hasil Uji Reliabilitas Variabel X, Y, dan Z
- Lampiran VII : Tabulasi Jawaban Responden Variabel X
- Lampiran VIII : Tabulasi Jawaban Responden Variabel Y
- Lampiran IX : Tabulasi Jawaban Responden Variabel Z
- Lampiran X : Tabel Random Sampling PAI & PIAUD
- Lampiran XI : Surat Penunjukkan Pembimbing
- Lampiran XII : Surat Izin Penelitian
- Lampiran XIII : Bukti Seminar Proposal
- Lampiran XIV : Sertifikat KKN
- Lampiran XV : Sertifikat PLP
- Lampiran XVI : Sertifikat Magang
- Lampiran XVII : Sertifikat ICT
- Lampiran XVIII : Sertifikat TOEFL
- Lampiran XIX : Sertifikat PBAK
- Lampiran XX : Sertifikat User Education
- Lampiran XXI : Sertifikat PKTQ
- Lampiran XXII : Surat Keterangan Plagiasi
- Lampiran XXIII : Kartu Bimbingan
- Lampiran XXIV : Dokumentasi
- Lampiran XXV : *Curriculum Vitae*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial di Indonesia telah mengalami peralihan fungsi secara signifikan dari sekadar alat eksistensi diri dan jejaring pertemanan yang terbatas pada awal kemunculannya. Seiring pesatnya perkembangan teknologi dan budaya digital, media sosial bahkan sudah mulai digunakan sebagai sarana pemasaran, penjualan hingga ke dunia politik. Media sosial saat ini mampu menembus komunikasi secara global yang dimanfaatkan oleh masyarakat, termasuk institusi pendidikan.² Dalam konteks pendidikan, perubahan ini menempatkan media sosial sebagai "pintu depan" dalam perencanaan kuliah. Sebanyak 56% siswa mengaku bahwa media sosial berpengaruh besar pada tahap awal ketika mereka mulai mempertimbangkan pilihan kampus, bahkan sebelum melakukan kunjungan atau meminta brosur.³ Mereka tidak hanya mencari informasi resmi, tetapi lebih pada gambaran kehidupan nyata dari mahasiswa yang sudah melakukan studi, untuk menilai apakah kampus tersebut sesuai dengan diri mereka. Keterbukaan akses terhadap konten yang autentik

² Sanjay Krishnapratap Pawar, "Media Sosial dalam Pemasaran Pendidikan Tinggi: Tinjauan Literatur Sistematis dan Agenda Penelitian," *Cogent Business & Management* 11, no. 1 (2024): 2423059, <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2423059>.

³ Raquel Bermejo, "Bagaimana Media Sosial Membentuk Perencanaan Kuliah bagi Siswa," *Ruffalo Noel Levitz*, September 24, 2025, <https://www.ruffalonl.com/blog/enrollment/scrolling-for-success-how-social-media-shapes-college-planning-for-students/>.

dan personal inilah yang kemudian mendorong media sosial menjadi faktor krusial dalam proses pengambilan keputusan.⁴

Era digital telah membentuk dinamika baru dalam interaksi dan pertukaran informasi. Transformasi ini memiliki karakteristik yang khas pada generasi Milenial dan Generasi Z, yang tidak hanya sebagai pengguna pasif tetapi sebagai native di dunia digital.⁵ Generasi ini mengkonsumsi konten dengan durasi perhatian yang lebih singkat, lebih menyukai format video, dan sangat terpengaruh oleh rekomendasi dari sesama pengguna maupun *micro-influencer* yang dianggap autentik.⁶ Mereka menjadikan platform-platform di media sosial sebagai mesin pencari utama untuk mengeksplorasi minat dan masa depan mereka, termasuk dalam memilih perguruan tinggi dan program studi.⁷

Menurut laporan ITU (*International Telecommunication Union*), pada tahun 2024 terdapat 5,5 miliar orang yang menggunakan internet secara global, atau sekitar 68% dari populasi dunia. Berdasarkan laporan media (mengutip APJII), per 2025, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 229,43 juta orang, yakni sekitar 80,66% dari populasi. Dari studi psikologi (*Character Journal*, Unesa) juga disebutkan bahwa sekitar 49,9% penduduk Indonesia aktif

⁴ Heri Prabowo et al., “Daya Tarik Konten Media Sosial Dalam Menumbuhkan Online Engagement Yang Berdampak Pada Minat Memilih,” *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* 5, no. 3 (2025): 2414–21, <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i3.3490>.

⁵ Chin-Wen Chang and Sheng-Hsiung Chang, “Dampak Disrupsi Digital: Pengaruh Media Digital dan Jejaring Sosial dalam Membentuk Sikap Generasi Digital,” *Sage Open* 13, no. 3 (2023): 21582440231191741, <https://doi.org/10.1177/21582440231191741>.

⁶ Marijke De Veirman et al., “Pemasaran melalui Influencer Instagram: Dampak Jumlah Pengikut dan Perbedaan Produk terhadap Sikap Merek,” *Jurnal Periklanan Internasional* 36, no. 5 (2017): 798–828, <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>.

⁷ Anas et al., *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Milenial*, 2024.

menggunakan media sosial, dengan platform populer: WhatsApp (34,8%), Instagram (19,6%), TikTok (17,7%), Facebook (11,6%).⁸

Studi di Indonesia oleh Sekarrini (dalam *IJPH – Jurnal Kesehatan Masyarakat*) melaporkan remaja usia 15-24 tahun menggunakan *smartphone* rata-rata 10,22 jam per hari, dengan kuota internet rata-rata 16,67 GB per bulan.⁹ Penggunaan internet dan medsos di Indonesia sangat tinggi dan terus meningkat, sejalan tren global. Ini menunjukkan potensi besar media sosial sebagai saluran komunikasi dan pengaruh, terutama di kalangan generasi muda. Rata-rata waktu penggunaan *gadget* cukup tinggi, khususnya di kalangan remaja atau dewasa, waktu layar bisa mencapai 10 jam lebih per hari dalam konteks tertentu, dan sebagian besar dari waktu itu digunakan untuk medsos. Ini relevan untuk memahami “eksposur konten” yang berpotensi membentuk preferensi.¹⁰

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi program studi menghadapi potensi strategis yang besar dan tantangan implementasi yang kompleks.¹¹ Di satu sisi, media sosial menawarkan jangkauan yang luas kepada Generasi Z, yang merupakan pengguna digital native dengan preferensi konten visual dan interaktif seperti video pendek, *livestream*, dan konten yang dipersonalisasi dengan bantuan *Artificial Intelligence (AI)*. Preferensi ini

⁸ Meir Tasya Ilza Shafira and Vania Ardelia, “Hubungan Self-Esteem dengan Online Disinhibition pada Emerging Adult Pengguna Media Sosial X,” . . Karakter 12 (2025).

⁹ Loveria Sekarrini, “Dampak Penggunaan Smartphone pada Remaja Usia 15-24 Tahun di Wilayah Jabodetabek,” *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia* 15, no. 1 (2020): 103, <https://doi.org/10.20473/ijph.v15i1.2020.103-111>.

¹⁰“Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pandangan Islam Sebagai Media Dakwah,” n.d.

¹¹ Anas et al., *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Milenial*.

dihadirkan dengan platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube Shorts, dengan Indonesia menjadi salah satu negara dengan durasi akses tertinggi, yaitu rata-rata 3 jam 8 menit per hari.¹² Tren *digital marketing* 2025 menunjukkan bahwa strategi semacam ini sangat efektif untuk membangun keterlibatan dan kepercayaan individu.

Namun, di sisi lain, transformasi digital yang pesat juga membawa tantangan tersendiri bagi lembaga pendidikan, termasuk tuntutan untuk memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai, tuntutan terus berinovasi agar tetap eksis dan dapat bersaing dalam arus digital.¹³ Dari segi kesiapan SDM, perguruan tinggi dituntut untuk memiliki SDM yang tidak hanya menguasai literasi digital, tetapi juga mampu berinovasi secara konsisten agar tetap eksis dalam persaingan. Peralihan dari metode promosi konvensional ke digital seringkali menimbulkan hambatan dari tim media internal, yang membutuhkan pembinaan dan pelatihan literasi digital yang berkelanjutan. Transformasi ini bukan sekadar perubahan alat, tetapi juga pergeseran pola pikir seluruh pelaku promosi.

Di sisi lain, membangun konten yang bermakna dan relevan bukanlah hal sederhana. Perguruan tinggi harus mampu membuat konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu menunjukkan nilai dan kredibilitas

¹² Thorsten Otto, "Haruskah Para Pendidik Khawatir? Dampak Video Pendek terhadap Pemikiran Rasional dan Pembelajaran: Analisis Komparatif," *Komputer & Pendidikan* 234 (September 2025): 105330, <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2025.105330>.

¹³ Lina Pina Uljannah and Adi Santoso, "Pengaruh Daya Tarik Konten, Keamanan Informasi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee," *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 3, no. 4 (2024): 1499–510, <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i4.3829>.

institusi, serta membangun komunitas belajar, yang memerlukan strategi konten yang matang dan konsisten. Seperti ditunjukkan dalam kolaborasi riset antara Universitas Brawijaya dan University of Tsukuba, pendekatan yang strategis dan berbasis data sangat penting untuk menciptakan konten yang berdampak. Implementasinya di tingkat prodi membutuhkan kolaborasi yang solid antara prodi, fakultas, dan tingkat universitas serta seluruh tim media dalam institusi. Dukungan infrastruktur digital juga berperan penting dalam transformasi digital ini.

Di tengah dinamika tersebut, lembaga pendidikan tinggi sebagai pusat inovasi dan pengembangan ilmu pengetahuan tidak hanya dituntut memiliki tata kelola yang efisien dan akuntabel, tetapi juga harus memanfaatkan teknologi untuk menciptakan peluang baru. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Juhaidi yang menyelidiki bagaimana lembaga pendidikan tinggi Islam di Indonesia memanfaatkan media sosial untuk tujuan pemasaran dan hasilnya studi ini menyoroti perlunya pendekatan yang lebih sistematis dan seimbang pada manajemen konten untuk meningkatkan efektivitas pemasaran media sosial.¹⁴ Penelitian oleh Bagus Oktavian, Anjar Safitri, dan Melli Andini juga menyoroti bahwa media sosial adalah alat penting bagi universitas untuk menarik calon mahasiswa, terutama melalui konten

¹⁴ Ahmad Juhaidi, "Pemasaran Media Sosial Institusi Pendidikan Tinggi Islam di Indonesia: Perspektif Bauran Pemasaran," *Cogent Business & Management* 11, no. 1 (2024): 2374864, <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2374864>.

otentik yang dihasilkan pengguna yang membentuk persepsi dan memengaruhi keputusan.¹⁵

Penelitian yang dilakukan Hajatina mengungkapkan bahwa temuan dari penelitian sangat mendukung bahwa promosi media sosial secara positif dan signifikan memengaruhi keputusan siswa ketika memilih lembaga pendidikan tinggi dan saran dari penelitian ini universitas harus secara strategis memanfaatkan media sosial untuk menarik calon mahasiswa dan meningkatkan posisi kompetitif mereka.¹⁶ Dari ketiga penelitian tersebut dapat disimpulkan media sosial bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga faktor yang memengaruhi keputusan calon mahasiswa, terutama jika konten dikelola secara sistematis, dan strategi promosi dilakukan secara terencana.

Berangkat dari kesadaran akan pentingnya kemampuan ini, Admisi UIN Sunan Kalijaga yang merupakan sub unit kampus pada objek penelitian sebagai penyedia informasi-informasi seputar penerimaan mahasiswa baru sudah memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Telegram sebagai sarana promosi universitas. Konten-konten yang dipublikasikan dirancang untuk menjawab kebutuhan informasi para siswa Sekolah Menengah atau Madrasah Aliyah yang sedang mempertimbangkan studi lanjut ke perguruan tinggi. Dengan demikian, peneliti akan meninjau penelitian pada akun tersebut karena relevan dengan topik penelitian. Di sisi

¹⁵ Bagus Oktavian et al., *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Menjaring Calon Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi*, n.d.

¹⁶ Hajatina, "Strategi Promosi Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 3 (2024): 136–46, <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1143>.

lain, peneliti sudah melakukan observasi pada akun media sosial Prodi PAI, namun akun prodi tersebut kurang memenuhi kriteria penelitian karena akun tersebut tidak dikelola dengan maksimal dan baru aktif di tahun 2024 yang terlihat pada postingan pertamanya. Sedangkan di Prodi PIAUD tidak secara konsisten melakukan promosi karena lebih banyak mempublikasikan kegiatan-kegiatan prodi yang sudah terlaksana.

Prospek karier, yang merujuk pada peluang dan harapan pekerjaan di masa depan, merupakan salah satu pertimbangan mahasiswa dalam mengambil keputusan studi lanjutnya. Hal ini dibuktikan oleh penelitian pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi bahwa prospek lapangan kerja mampu menjelaskan variasi minat masuk mahasiswa sebesar 92.6%, menunjukkan korelasi yang sangat kuat.¹⁷ Temuan serupa dari penelitian terhadap siswa SMK menunjukkan bahwa 73% responden mempertimbangkan prospek karier sebagai landasan utama pada keputusan memilih.¹⁸ Meskipun demikian, peran prospek karier merupakan hal kasuistik dan tidak selalu bersifat langsung. Sebagai contoh, pada pemilihan Program Studi Pendidikan Akuntansi, prospek kerja tidak secara signifikan memperkuat pengaruh faktor minat, dukungan orang tua, dan reputasi program studi dalam proses pengambilan keputusan.¹⁹

¹⁷ Devi Fitriani and M. Iqbal Lubis, "Pengaruh prospek lapangan kerja terhadap minat masuk mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau," *Multiplier Effect : Jurnal Riset Mahasiswa Pendidikan Ekonomi* 2, no. 1 (2025): 1–9, <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/ME/article/view/4257>.

¹⁸ Inda Tri Mardiani et al., "Pertimbangan Siswa Dalam Mengambil Keputusan Karir Serta Implikasinya Terhadap Bimbingan Dan Konseling," *Journal of Innovative and Creativity* 5, no. 2 (2025): 18420–27, <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.2684>.

¹⁹ Widhya Nur Khasanah and Kardiyem Kardiyem, "Peran Prospek Kerja dalam Memoderasi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi," *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* 20, no. 2 (2022): 155–75, <https://doi.org/10.21831/jpai.v20i2.54524>.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa meski menjadi aspek yang krusial, keputusan akhir mahasiswa merupakan hasil pertimbangan menyeluruh yang didasarkan pada faktor internal dan eksternal seperti ekspektasi karier dan motivasi diri.²⁰

Di tengah terjadinya ketimpangan antara penawaran dan permintaan tenaga kerja di Indonesia, dimana kebutuhan lapangan kerja jauh melampaui jumlah lowongan yang tersedia, sehingga menciptakan persaingan yang sangat ketat termasuk di kalangan sarjana.²¹ Kondisi ini memperkuat asumsi bahwa mahasiswa dalam menempuh pendidikannya berusaha mencari peluang karier yang dapat dipertimbangkan saat memilih program studi, karena mereka berharap pendidikan tinggi dapat menjadi jembatan yang efektif menuju dunia kerja. Maka tidak heran, jika institusi pendidikan dalam mempromosikan pendidikan melibatkan jejak para alumni yang sudah berhasil dalam jenjang kariernya, karena hal ini dapat membangun persepsi positif calon mahasiswa terhadap jurusan tersebut. Penelitian oleh Ali menunjukkan bahwa harapan akan hasil karier (*career outcome expectations*) memang memengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa, termasuk dalam memilih jurusan yang secara sosial

²⁰ Dadi Hartanto and Ahmad Nurkhin, "Pengaruh Dukungan Orang Tua Dan Hubungan Saudara Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi Di Universitas Negeri Semarang Dengan Prospek Kerja Sebagai Variabel Moderasi," *Business and Accounting Education Journal* 6, no. 1 (2025): 25–44, <https://doi.org/10.15294/baej.v6i1.14475>.

²¹ Caecilia Mediana- caecilia.mediana@kompas.com, "Mengapa Sampai Muncul Ungkapan "Lebih Baik Capek Kerja daripada Capek Cari Kerja"?", Kompas.id, December 10, 2025, <https://www.kompas.id/artikel/mengapa-sampai-muncul-ungkapan-lebih-baik-capek-kerja-daripada-capek-cari-kerja>.

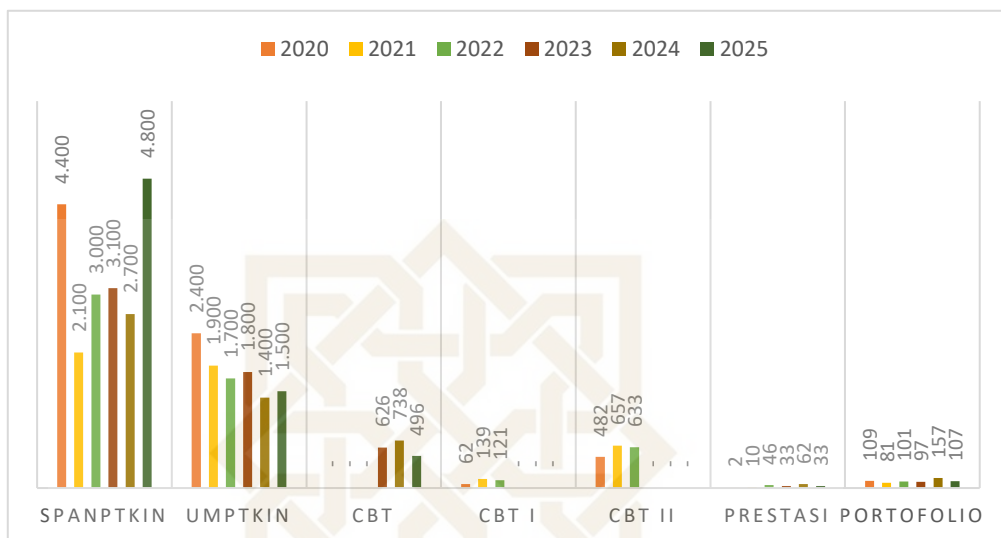
memiliki stereotype gender tertentu, misalkan Prodi PAUD yang mayoritas mahasiswanya adalah perempuan.²²

Fokus penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) dan Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD) program sarjana FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2025. Pemilihan populasi ini, didorong oleh sejumlah pertimbangan akademis. Secara akademis, Prodi PAI menjadi salah satu prodi unggulan sekaligus paling banyak diminati, sedangkan Prodi PIAUD merupakan prodi paling sedikit peminat dari kelima prodi keagamaan di FITK UIN Sunan Kalijaga berdasarkan data dari Tim Admisi. Sebagai prodi keagamaan di PTKIN penelitian ini bermaksud menguji pada prodi yang sering dianggap memiliki peluang karier yang lebih terbatas dibanding prodi umum.

Selain itu, penelitian ini berupaya melakukan *comparing* (perbandingan) antara prodi keagamaan yang paling diminati dan prodi dengan sedikit peminat agar dapat meminimalisir terjadinya faktor koeksistensi atau bias kebetulan dari temuan. Sasaran penelitian adalah mahasiswa angkatan 2025 karena memastikan data yang dikumpulkan mencerminkan kondisi, opini, atau tren terkini dalam populasi. Selain itu, peneliti berasumsi bahwa angkatan baru akan memungkinkan peneliti memperoleh data dengan cepat karena jangkauan individu yang lebih mudah.

²² Muhammad Ali, "Relevansi Pengambilan Keputusan Memilih Jurusan PAUD Mahasiswa Laki-Laki Dengan Career Outcome Expectations," *WISDOM: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 5, no. 1 (2024): 60–81, <https://doi.org/10.21154/wisdom.v5i1.8820>.

Gambar 1.1 Pendaftar Prodi PAI Berdasarkan Jalur Masuk

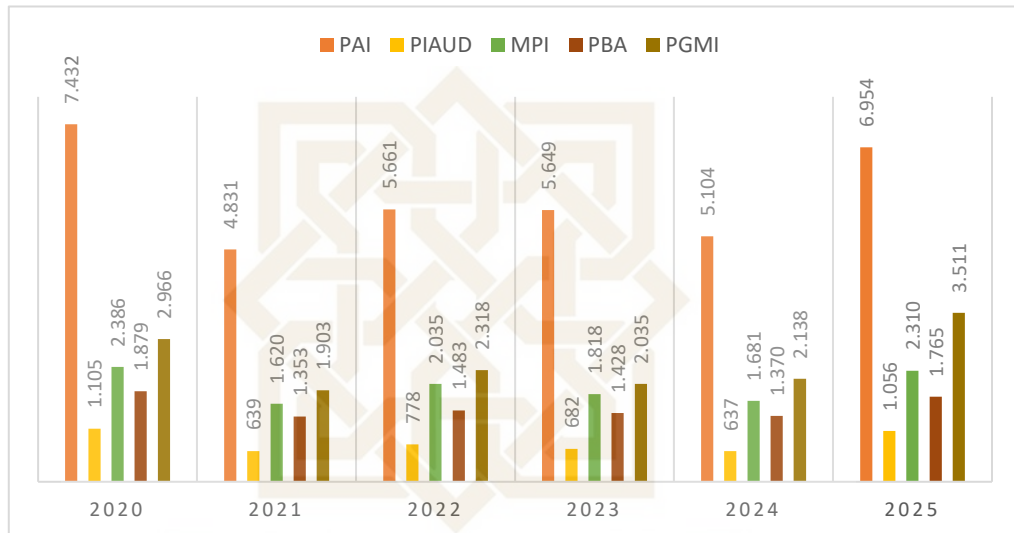


Sumber : Diolah dan Diadaptasi dari Data Admisi

Berdasarkan diagram, Program Studi PAI masih menjadi tujuan favorit calon mahasiswa terutama di lingkup FITK. Hal ini dibuktikan oleh lonjakan pendaftar pada jalur Seleksi Prestasi Akademik Nasional Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (SPAN-PTKIN) tahun 2025 dan peningkatan jumlah pendaftar Ujian Masuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (UM-PTKIN) dari 1.400 menjadi 1.500 orang. Data dari tim admisi membuktikan keunggulan ini. Selama satu dekade terakhir (2016 – 2025), jumlah peminat Prodi PAI mencapai 63.296, jauh melampaui delapan prodi lainnya di FITK. Capaian ini menjadikan UIN Sunan Kalijaga memperoleh prestasi nasional

pada seleksi UM-PTKIN tahun 2025, dimana Prodi PAI masuk jajaran 10 besar prodi dengan peminat terbanyak pada jalur seleksi yang sama.²³

Gambar 1.2 Pendaftar Prodi Keagamaan di FITK



Sumber : Diolah dan Diadaptasi dari Data Admisi

Diagram di atas menunjukkan bahwa dalam periode 2020 – 2025, Program Studi PIAUD mencatatkan jumlah pendaftar terendah dibandingkan empat prodi keagamaan lainnya di FITK UIN Sunan Kalijaga. Prodi Pendidikan Agama Islam (PAI) menempati posisi teratas, diikuti Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Pendidikan Bahasa Arab (PBA), dan terakhir Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD). Secara kumulatif, total pendaftar untuk masing-masing prodi adalah PAI (35.631), PGMI (4.871), MPI (11.850), PBA (9.278), dan PIAUD (4.897). Hal

²³ “UIN Sunan Kalijaga,” accessed December 16, 2025, <https://uin-suka.ac.id/id/show/berita/1837-1/berjaya-di-um-ptkin-2025-uin-sunan-kalijaga-torehkan-berbagai-prestasi-gemilang>.

ini memperjelas selisih yang signifikan antara PIAUD dengan PAI. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan data bahwa Program Studi PIAUD secara konsisten menempati posisi paling bawah dalam hal jumlah peminat di antara prodi-prodi keagamaan FITK sejak tahun 2020.

Dengan demikian, bermula dari perkembangan teknologi digital, realitas kehidupan generasi sekarang, dan pertimbangan harapan karier di masa depan, terdapat kesenjangan secara empiris untuk diteliti lebih lanjut, yaitu bagaimana konten media sosial yang dalam hal ini konten admisi dapat memengaruhi keputusan memilih program studi dengan pertimbangan prospek karier sebagai faktor eksternal yang memengaruhi, terutama di konteks tertentu seperti Mahasiswa PAI dan PIAUD FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis temuan dari dua objek yang memiliki karakteristik berbeda dan merumuskan strategi promosi yang lebih adaptif dan efektif bagi tim media, khususnya dalam memanfaatkan konten sebagai sarana komunikasi persuasif. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan strategi komunikasi pemasaran pendidikan yang lebih efektif dan kontekstual bagi prodi-prodi keagamaan di lingkungan PTKIN, khususnya Program Studi Pendidikan Agama Islam dan Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Uraian latar belakang yang sudah dipaparkan menjadi dasar bagi peneliti untuk merumuskan pokok-pokok permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Berikut adalah rumusan pertanyaan yang akan diteliti lebih lanjut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara konten admisi terhadap keputusan memilih program studi mahasiswa PAI dan PIAUD FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2025?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara konten admisi terhadap keputusan memilih program studi mahasiswa PAI dan PIAUD FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2025 jika dikontrol oleh prospek karier?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan serta kegunaan yang hendak dicapai berdasarkan rumusan masalah sebelumnya.

1. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini ialah:

- a. Memahami pengaruh konten admisi terhadap keputusan memilih program studi mahasiswa PAI dan PIAUD FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2025.
- b. Memahami pengaruh konten admisi terhadap keputusan memilih program studi mahasiswa PAI dan PIAUD FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2025 jika dikontrol oleh prospek karier.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki kegunaan dalam dua aspek, yaitu secara teoritis dan praktis yang akan diuraikan sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran pendidikan dan perilaku konsumen.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai peran konten media sosial dalam strategi promosi lembaga pendidikan tinggi.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti lain yang ingin mengeksplorasi topik seputar konten media sosial, prospek karier, dan proses pengambilan keputusan.

b. Kegunaan Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan memberikan pengalaman langsung bagi peneliti dalam menganalisis dan mengevaluasi efektivitas konten promosi digital serta kaitannya dengan prospek karier oleh mahasiswa, sehingga dapat meningkatkan kompetensi di bidang pemasaran pendidikan.

2) Bagi Program Studi

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar empiris bagi tim media dan humas Program Studi PAI dan PIAUD untuk merancang strategi promosi yang lebih terarah dan efektif.

3) Bagi Fakultas dan Institusi

Strategi promosi efektif yang dirumuskan dari penelitian ini dapat diadaptasi dan diterapkan oleh program studi lain di lingkungan UIN Sunan Kalijaga maupun lembaga pendidikan tinggi lainnya.

4) Bagi Calon Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang relevan, sehingga membantu calon mahasiswa dalam proses pengambilan keputusan untuk memilih program studi.

D. Telaah Pustaka

Kemampuan lembaga pendidikan tinggi untuk menarik minat calon mahasiswa melalui konten promosi di media sosial kini menjadi hal yang sangat penting. Di era digital saat ini, mahasiswa tidak hanya mencari informasi melalui brosur atau sosialisasi *offline*, tetapi juga melalui konten interaktif di platform-platform media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Opat dan Sari dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Konten Marketing Akun Tiktok @Somethincofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc” membahas dampak konten pemasaran dari akun TikTok @somethincofficial pada keputusan pembelian konsumen untuk produk Somethinc. Hasil penelitian menemukan pengaruh positif yang signifikan, menunjukkan bahwa konten

pemasaran yang menarik dapat secara efektif meningkatkan minat konsumen dan mendorong penjualan.²⁴ Kajian ini kurang adanya analisis komparatif antara TikTok dengan platform media sosial lainnya serta objek yang diteliti pada lingkup perusahaan, sehingga kurang memberi wawasan pada implementasinya di lingkungan pendidikan.

Studi yang menganalisis tentang “*The Role of Social Media in Shaping Gen Z’s Perception About The World of Work and its Influence on IT Job Search Process*” oleh Novitasari & Muludin menganalisis bagaimana media sosial memengaruhi proses pencarian kerja Generasi Z dan persepsi dunia kerja. Penelitian menemukan bahwa media sosial secara signifikan berdampak pada perilaku pencarian kerja dan menyoroti pentingnya strategi branding lembaga atau perusahaan yang efektif untuk menarik sasaran.²⁵ Studi ini memiliki fokus penelitian pada Generasi Z secara umum, sedangkan penelitian selanjutnya akan menggali persepsi pada Generasi Z secara spesifik di sebuah lembaga pendidikan tinggi dengan melakukan eksplorasi lebih lanjut dengan satu variabel tambahan.

Studi oleh Widiputera dkk dengan topik “*The Attractiveness of programmes in higher education: an empirical approach*” menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik program studi di pendidikan tinggi, dengan fokus penelitian pada jarak ke lembaga terdekat dan persaingan antara jurusan

²⁴ Priska Gozzolini Opat et al., *Pengaruh Daya Tarik Konten Marketing Akun Tiktok @Somethincofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc*, 2, no. 8 (n.d.).

²⁵ Devi Novitasari and Hanif Mauludin, “The Role of Social Media in Shaping Gen Z’s Perception About The World of Work and Its Influence on IT Job Search Process,” *Journal of Industrial Engineering* 6, no. 5 (n.d.).

serupa. Hasil menunjukkan bahwa jarak dan persaingan berdampak negatif pada pendaftaran calon mahasiswa, sehingga berbeda dari hipotesis awal.²⁶ Maka, penelitian ini akan menyelidiki faktor-faktor lain yang berpengaruh pada keputusan mahasiswa memilih program studi yang lebih relevan dengan realitas kehidupan generasi sekarang.

Penelitian yang dilakukan oleh Regita dkk di Universitas Jenderal Soedirman dengan judul “Pengaruh Ekspektasi Karier, Biaya Pendidikan, dan Minat Memilih Program Studi terhadap Keputusan Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi” menunjukkan bahwa faktor-faktor ini berdampak positif pada pemilihan jurusan dan menunjukkan bahwa promosi yang efektif dan informasi transparan dapat meningkatkan minat siswa.²⁷ Maka, penelitian ini akan menyelidiki terkait strategi promosi menggunakan media sosial oleh unit kampus dengan menempatkan harapan karier sebagai variabel yang memediasi hubungan tersebut.

Penelitian yang berjudul “Strategi Promosi Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi” oleh Hajatina menyelidiki dampak promosi media sosial pada keputusan calon mahasiswa mengenai institusi pendidikan tinggi. Ditemukan bahwa iklan media sosial secara signifikan memengaruhi pilihan siswa, menyoroti keefektifannya sebagai strategi promosi untuk universitas

²⁶ Ferdi Widiputera et al., “The Attractiveness of Programmes in Higher Education: An Empirical Approach,” *European Journal of Higher Education* 7, no. 2 (2017): 153–72, <https://doi.org/10.1080/21568235.2016.1275976>.

²⁷ Dyastari Cahya Regita and Ramita Kholifaturrohmah, *Pengaruh Ekspektasi Karier, Biaya Pendidikan, dan Minat Memilih Program Studi terhadap Keputusan Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 9 (2025).

dalam lanskap pendidikan yang kompetitif.²⁸ Dalam penelitian ini, faktor demografis pada pengambilan keputusan perguruan tinggi belum diselidiki secara menyeluruh, meninggalkan celah dalam memahami bagaimana faktor-faktor ini dapat memengaruhi tanggapan siswa terhadap promosi media sosial.

Penelitian Juhaidi yang membahas tentang “*Social media marketing of Islamic higher education institution in Indonesia: a marketing mix perspective*” menyelidiki strategi pemasaran media sosial dari lembaga pendidikan tinggi Islam di Indonesia, dengan fokus pada konten Facebook dan Instagram mereka dari Januari 2020 hingga Juni 2023. Ini menyoroti pentingnya menyeimbangkan elemen bauran pemasaran untuk meningkatkan keterlibatan dan meningkatkan reputasi kelembagaan dalam lanskap digital.²⁹ Dengan menggunakan perspektif bauran pemasaran perlu adanya uji coba dengan perspektif teori lain untuk mengungkap sisi yang berbeda.

Penelitian oleh Sriyanto dkk yang dikemas dalam judul “*From Instagram to Campus: The Impact of Social Media Marketing on Students’ Interest through Trust and Brand Recognition*”, meneliti bagaimana kegiatan pemasaran media sosial memengaruhi niat calon siswa untuk memilih lembaga pendidikan tinggi, menyoroti peran penting kepercayaan dan pengenalan merek.³⁰ Penelitian ini hanya fokus pada Instagram, sehingga hasilnya belum tentu mewakili pengaruh

²⁸ Hajatina, “Strategi Promosi Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi.”

²⁹ Ahmad Juhaidi, “Pemasaran Media Sosial Institusi Pendidikan Tinggi Islam di Indonesia: Perspektif Bauran Pemasaran,” *Cogent Business & Management* 11, no. 1 (2024): 2374864, <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2374864>.

³⁰ Agus Sriyanto et al., “From Instagram to Campus: The Impact of Social Media Marketing on Students’ Interest through Trust and Brand Recognition,” *Kalijaga Journal of Communication* 6, no. 2 (2024): 139–70, <https://doi.org/10.14421/kjc.62.02.2024>.

platform media sosial lainnya. Perlu penelitian lebih lanjut mengenai peran berbagai platform media sosial dalam memengaruhi minat calon mahasiswa dalam memilih universitas, lebih spesifik pada pemilihan prodi.

Dalam artikel yang berjudul “Media Sosial Sebagai Strategi Baru Dalam Dakwah Islam: Studi Analisis Pada Platform “*Belajariah*”” yang disusun oleh Achmad dkk, membahas platform 'Belajariah' sebagai aplikasi online untuk pembelajaran agama Islam yang meningkatkan kegiatan dakwah melalui teknologi.³¹ Penelitian ini belum secara detail menyoroti konteks media sosial, namun, peneliti mendapat dukungan literatur terkait bagaimana platform online dapat menjadi strategi dalam melakukan dakwah Islam, secara kontekstual dalam penelitian ini sebagai cara pemanfaatan media sosial dalam menumbuhkan minat untuk masuk ke perguruan tinggi keislaman.

Literatur yang berjudul “*The Role of Social Media in Shaping Career Choices of Asian American Students*” oleh Diem Nguyen meneliti bagaimana media sosial memengaruhi pilihan karier siswa Asia-Amerika. Penelitian ini mengidentifikasi pengaruh positif dan negatif dari media sosial terhadap pilihan, namun tidak menyelidiki bagaimana mekanisme pengaruh ini beroperasi.³² Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti akan mengidentifikasi mekanisme pengaruh pada variabel terikat yang berbeda berdasarkan topik penelitian. Ukuran sampel penelitian tersebut kecil (12 peserta), sehingga

³¹ Maulana Achmad et al., “Media Sosial Sebagai Strategi Baru Dalam Dakwah Islam: Studi Analisis Pada Platform ‘Belajariah,’” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 9, no. 1 (2023): 1–15, <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v9i1.2109>.

³² Diem Nguyen, “The Role of Social Media in Shaping Career Choices of Asian American Students,” *The Turkish Online Journal of Educational Technology* 23, no. 4 (2024).

membatasi generalisasi temuan. Maka, penelitian ini akan menggeneralisasi temuan yang lebih luas menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam penelitiannya.

Studi tentang “Peran Prospek Kerja dalam Memoderasi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi” oleh Khasanah & Kardiyem di Universitas Negeri Semarang meneliti bagaimana minat, dukungan orang tua, dan reputasi program studi memengaruhi keputusan siswa dalam memilih program studi, dengan prospek kerja bertindak sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sementara faktor minat, dukungan orang tua, dan reputasi program memengaruhi pengambilan keputusan dengan dampak yang tidak konsisten artinya relatif bagi setiap individu.³³ Penelitian yang dilakukan akan mengidentifikasi prospek kerja atau karier sebagai variabel mediasi dan melibatkan variabel lain untuk mengeksplorasi lebih lanjut variabel yang mungkin memainkan peran penting pada keputusan memilih jurusan.

Studi oleh Hartanto & Nurkhin tentang “Pengaruh Dukungan Orang Tua dan Hubungan Saudara Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi di Universitas Negeri Semarang dengan Prospek Kerja sebagai Variabel Moderasi” menunjukkan hasil bahwa sementara dukungan orang tua tidak berdampak signifikan pada keputusan ini dan hubungan saudara kandung memiliki pengaruh positif.³⁴ Penelitian ini tidak

³³ Widhya Nur Khasanah and Kardiyem, “Peran Prospek Kerja dalam Memoderasi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi,” *Vol.*, 2022.

³⁴ Dadi Hartanto and Ahmad Nurkhin, “Pengaruh Dukungan Orang Tua dan Hubungan Saudara Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi di

membahas dampak potensial dari faktor eksternal lainnya di luar dukungan dan saudara kandung, sehingga akan diselidiki faktor eksternal lain yang peneliti anggap paling relevan dengan kondisi saat ini.

Penelitian tentang “Pengaruh Prospek Kerja terhadap Minat Masuk Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau” oleh Fitriani & Lubis meneliti pengaruh prospek pekerjaan terhadap minat siswa untuk mendaftar pada jurusan. Hasil koefisien korelasi adalah 0.962 dan tingkat probabilitas 0.000 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel.³⁵ Penelitian ini memberikan bukti empiris untuk mendukung sebagian klaim penelitian yang akan dilakukan. Peneliti akan mengisi kesenjangan dalam memahami faktor eksternal yang tidak termasuk dalam penelitian, juga dapat memengaruhi keputusan mahasiswa.

Studi oleh Acilar dkk terkait “*Exploring The Differences Between Students in IS and Other Disciplines in The Perceptions of Factors Influencing Study Program Choice: A survey Study in Norway*” yang mengeksplorasi perbedaan persepsi faktor-faktor yang memengaruhi pilihan program studi antara mahasiswa program studi Sistem Informasi dan disiplin ilmu lain di Universitas Negeri Norwegia. Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan pekerjaan, keamanan kerja, dan peluang karier secara signifikan

Universitas Negeri Semarang Dengan Prospek Kerja Sebagai Variabel Moderasi,” *Business and Accounting Education Journal* 6, no. 1 (2025): 25–44, <https://doi.org/10.15294/baej.v6i1.14475>.

³⁵ Devi Fitriani and M. Iqbal Lubis, *Pengaruh Prospek Kerja terhadap Minat Masuk Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, n.d.

berpengaruh pada keputusan memilih prodi.³⁶ Studi ini relevan dengan topik penelitian, namun hanya berfokus pada faktor-faktor terkait karier.

Penelitian oleh Brown dkk yang berjudul “*On My Head About It: College Aspirations, Social Media Participation, and Community Cultural Wealth*” mengeksplorasi dampak transformatif media sosial pada akses perguruan tinggi, terutama untuk siswa yang kurang terwakili dengan menganalisis data wawancara dari siswa sekolah menengah kulit hitam di Detroit.³⁷ Penelitian menunjukkan temuan sementara bahwa siswa menggunakan media sosial untuk ekspresi identitas aspirasional, mekanisme dan hasil spesifik belum diselidiki lebih lanjut. Meninggalkan celah bagi peneliti untuk mengkaji penggunaan media sosial dalam memengaruhi keputusan memilih jurusan di perguruan tinggi, tentu pada objek penelitian yang berbeda.

Penelitian dengan judul “*The effect of attitude, subjective norm and perceived behavioral control on students’ intention to choose sharia economics study programs*” oleh Iqbal dkk meneliti bagaimana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku memengaruhi niat siswa untuk memilih program studi ekonomi Syariah. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor intrinsik seperti kepercayaan diri dan keyakinan terhadap agama berpengaruh signifikan terhadap niat tersebut, sementara norma subjektif sebagai faktor ekstrinsik yaitu dukungan orang tua

³⁶ Ali Acilar et al., “Exploring the Differences Between Students in IS and Other Disciplines in the Perceptions of Factors Influencing Study Program Choice: A Survey Study in Norway,” 35 *Th Bled eConference Digital Restructuring and Human (Re)Action*, 2022, 393–402, <https://doi.org/10.18690/um.fov.4.2022.24>.

³⁷ Michael Brown et al., ““On My Head About It’: College Aspirations, Social Media Participation, and Community Cultural Wealth,” *Social Media + Society* 8, no. 2 (2022): 20563051221091545, <https://doi.org/10.1177/20563051221091545>.

dan teman sebaya tidak berpengaruh.³⁸ Dari hasil temuan ini perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait eksistensi pengaruh eksternal seperti media sosial dan harapan karier dalam memengaruhi keputusan ketika memilih prodi.

Berdasarkan *review* dari lima belas literatur di atas maka dapat disimpulkan bahwa masih terdapat celah dari penelitian sebelumnya yang dapat dikaji lebih lanjut dengan penelitian ini. Secara garis besar, belum terdapat penelitian yang secara spesifik mengkaji terkait pemanfaatan media sosial, prospek karier, dan pengambilan keputusan pada program studi di suatu objek penelitian tertentu. Eksplorasi konten di platform media sosial yang beragam belum ada yang melakukan penelitian secara lebih lanjut karena beberapa penelitian hanya fokus pada satu atau dua platform saja. Sebagai contoh, penelitian oleh Sriyanto berfokus pada Instagram serta penelitian oleh Juhaidi berfokus pada Instagram dan Facebook.

Dengan demikian, penelitian ini berupaya melakukan kajian komparatif menggunakan teori yang relevan terkait topik penelitian dengan harapan dapat mengungkap temuan dari sudut pandang lain pada objek yang berbeda. Penelitian berkaitan erat dengan realitas kehidupan generasi zaman sekarang yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital, terutama generasi Z sebagai objek dalam penelitian dan bagaimana pertimbangan prospek karier dapat memediasi pengaruh dalam keputusan memilih mahasiswa.

³⁸ Iqbal Imari et al., “The Effect of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control on Students’ Intention to Choose Sharia Economics Study Programs,” *Management Science Letters* 10, no. 13 (2020): 3119–26, <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.5.011>.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi ini dirancang dalam suatu kerangka pembahasan yang mencakup gambaran menyeluruh setiap bab. Secara keseluruhan, skripsi ini disusun dalam lima bab³⁹:

BAB I berupa pendahuluan. Diawali dengan latar belakang masalah untuk menjelaskan pentingnya topik penelitian. Selain uraian latar belakang, di dalamnya juga terdapat rumusan masalah, tujuan serta kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, dan gambaran sistematika penulisan.

BAB II adalah landasan teori. Berisi subbab kajian teori, kerangka pikir, dan hipotesis penelitian. Kajian teori menguraikan teori yang digunakan, menjelaskan setiap variabel penelitian, dan hubungan antar variabel. Selanjutnya terdapat kerangka pikir berupa alur pemikiran dari olahan peneliti berdasarkan sumber terkait dan selanjutnya terdapat perumusan hipotesis yang akan diuji.

BAB III merupakan metode penelitian. Dalam bab ini menjabarkan jenis penelitian yang digunakan, variabel penelitian, definisi operasional setiap variabel dan indikator pengukurannya, lokasi dan waktu penelitian dilaksanakan, populasi dan perhitungan sampel penelitian, instrumen dan teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, dan teknik dalam melakukan analisis data yang terdiri dari analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial.

³⁹ Hannah Snyder, "Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines," *Journal of Business Research* 104 (November 2019): 333–39, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>.

BAB IV adalah bagian hasil dan pembahasan. Memuat gambaran umum tentang Program Studi PAI dan PIAUD FITK UIN Sunan Kalijaga sebagai lokasi penelitian dan pemaparan hasil olah data kuantitatif yang mencakup komposisi responden, distribusi frekuensi, dan tabel hubungan (*crosstabs*) serta hasil dari uji asumsi klasik, analisis korelasi bivariat, analisis korelasi parsial dan uji hipotesis menggunakan regresi linear berganda. Selanjutnya adalah pembahasan dari hasil temuan untuk membuktikan hipotesis dan menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya.

BAB V berupa penutup. Merangkum temuan penelitian dalam bentuk simpulan, masukan dan saran untuk pihak terkait ataupun penelitian selanjutnya dengan topik serupa, dan diakhiri dengan pernyataan penulis berupa kata penutup sebagai akhir dari keseluruhan skripsi.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel konten admisi (X) terhadap keputusan memilih prodi (Y) pada tingkat kepercayaan 95%. Karena nilai koefisien regresi untuk variabel konten admisi dan prospek karier pada Prodi PAI adalah 0.268 dan 0.542. Sementara, nilai koefisien regresi untuk variabel konten admisi dan prospek karier pada Prodi PIAUD adalah 0.168 dan 0.634. Nilai tersebut memiliki arti bahwa pengaruh variabel prospek karier memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan variabel konten admisi karena $0.268 < 0.542$ dan $0.168 < 0.634$. Dengan kata lain, pengaruh Z lebih besar daripada X ke Y. Maka, Z benar-benar menjadi mediator X ke Y. Implikasinya, hubungan X dan Y yang nampak ada sebelumnya adalah *spurious* atau *fake* atau *not real*. Sehingga dapat dituliskan persamaan regresinya untuk Program Studi PAI adalah $Y = 2.917 + 0.268X + 0.542Z$ sedangkan Program Studi PIAUD adalah $Y = 6.885 + 0.168X + 0.634Z$.
2. Secara simultan, pada tingkat kepercayaan sebesar 95% terdapat pengaruh yang signifikan antara konten admisi terhadap keputusan memilih program studi mahasiswa PAI dan PIAUD FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2025 jika dikontrol oleh prospek karier. Karena tabel nilai

signifikansi (p) yang dihasilkan dalam pengujian, baik Prodi PAI maupun PIAUD yaitu $0.000 < 0.05$. Berdasarkan nilai koefisien determinasi, variabel konten admisi dan prospek karier memiliki kontribusi terhadap variabel keputusan memilih Prodi PAI sebesar 67.6%. Sisanya sebesar 32.4% keputusan mahasiswa dalam memilih Prodi PAI dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan, variabel konten admisi dan prospek karier memiliki kontribusi terhadap variabel keputusan memilih Prodi PIAUD sebesar 68%. Sisanya sebesar 32% keputusan mahasiswa dalam memilih Prodi PIAUD dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Bagi penelitian akademis selanjutnya, direkomendasikan untuk memperluas cakupan variabel dengan memasukkan faktor lain yang kemungkinan dapat menjelaskan 32.4% varians keputusan pada Program Studi PAI dan 32% varians pada Program Studi PIAUD (misalnya, pengaruh orang tua, biaya pendidikan, reputasi prodi, ataupun faktor lainnya). Untuk menangkap mekanisme pengaruh prospek karier yang bersifat kontekstual diperlukan kombinasi desain survei kuantitatif dan wawancara mendalam atau fokus grup. Sementara, untuk mengetahui platform mana yang paling efektif dalam konteks prodi keagamaan, maka diperlukan studi perbandingan pengaruh antar platform media sosial. Selain itu, berdasarkan hasil uji *Chi-Square* antara jenis kelamin dan konten admisi pada tabel 4.16, perlu diteliti lebih lanjut terkait

faktor yang memengaruhi perbedaan penilaian atau preferensi antara responden laki-laki dan perempuan pada mahasiswa PIAUD.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa prospek karier memperkuat hubungan konten admisi terhadap keputusan memilih prodi baik mahasiswa PAI maupun PIAUD. Maka, strategi promosi media sosial yang adaptif dan efektif yang bisa diimplementasikan oleh tim media yakni dengan menyajikan konten-konten yang menonjolkan prospek karier, seperti jejak emas alumni, data penyerapan lulusan, testimoni alumni, *track record* alumni, ataupun mitra kampus dengan industri atau instansi.

C. Kata Penutup

Sebagai penutup, penulis mengucapkan syukur kepada Allah Swt karena berhasil menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, baik dari aspek ruang lingkup penelitian, pemilihan variabel, maupun metode yang digunakan. Meskipun demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai peran konten admisi dan pertimbangan prospek karier dalam proses pengambilan keputusan mahasiswa memilih program studi, khususnya di lingkungan perguruan tinggi keagamaan. Penulis berharap hasil temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian manajemen pendidikan, sekaligus menjadi bahan pertimbangan praktis bagi pihak terkait dalam merumuskan strategi promosi dan pengelolaan program studi yang lebih adaptif terhadap dinamika generasi digital. Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi pijakan awal bagi

penelitian selanjutnya dengan topik serupa untuk dilakukan penelitian lebih mendalam dan komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- Acilar, Ali, Øystein Sæbø, and University of Agder, Faculty of Social Science, Kristiansand, Norway. "Exploring the Differences Between Students in IS and Other Disciplines in the Perceptions of Factors Influencing Study Program Choice: A Survey Study in Norway." *35 Th Bled eConference Digital Restructuring and Human (Re)Action*, 2022, 393–402. <https://doi.org/10.18690/um.fov.4.2022.24>.
- Ali, Muhammad. "Relevansi Pengambilan Keputusan Memilih Jurusan PAUD Mahasiswa Laki-Laki Dengan Career Outcome Expectations." *WISDOM: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 5, no. 1 (2024): 60–81. <https://doi.org/10.21154/wisdom.v5i1.8820>.
- Anas, Yusra, and Sagir M. Amin. *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Milenial*. 2024.
- Anisa, Sabila Nur, Cicilia Dyah Sulistyaningrum Indrawati, and Anton Subarno. "Pengaruh media belajar Youtube dan lingkungan sosial terhadap motivasi belajar siswa generasi Z." *JIKAP (Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)* 7, no. 3 (2023): 190. <https://doi.org/10.20961/jikap.v7i3.62651>.
- Arifin, Johar. *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Elex Media Komputindo, 2017.
- "Arti Kata Karier - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online." Accessed December 25, 2025. <https://kbbi.web.id/karier>.
- "Arti Kata Prospek - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online." Accessed December 25, 2025. <https://kbbi.web.id/prospek>.
- Balaka, Muh Yani, "Metode Penelitian Kuantitatif", *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1 (2022), p. 130.
- Bandura, Albert. "Human Agency in Social Cognitive Theory." *American Psychologist* 44, no. 9 (1989): 1175–84. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.9.1175>.
- Bermejo, Raquel. "Bagaimana Media Sosial Membentuk Perencanaan Kuliah bagi Siswa." *Ruffalo Noel Levitz*, September 24, 2025. <https://www.ruffalonl.com/blog/enrollment/scrolling-for-success-how-social-media-shapes-college-planning-for-students/>.
- Brown, Michael, Cassidy Pyle, and Nicole B. Ellison. "'On My Head About It': College Aspirations, Social Media Participation, and Community Cultural Wealth." *Social Media + Society* 8, no. 2 (2022): 20563051221091545. <https://doi.org/10.1177/20563051221091545>.

- caecilia.mediana@kompas.com, Caecilia Mediana-. “Mengapa Sampai Muncul Ungkapan ”Lebih Baik Capek Kerja daripada Capek Cari Kerja?”” Kompas.id, December 10, 2025. <https://www.kompas.id/artikel/mengapa-sampai-muncul-ungkapan-lebih-baik-capek-kerja-daripada-capek-cari-kerja>.
- Chang, Chin-Wen, and Sheng-Hsiung Chang. “Dampak Disrupsi Digital: Pengaruh Media Digital dan Jejaring Sosial dalam Membentuk Sikap Generasi Digital.” *Sage Open* 13, no. 3 (2023): 21582440231191741. <https://doi.org/10.1177/21582440231191741>.
- Coyne, Paige, and Sarah J. Woodruff. “Baik atau Buruk: Memahami Penggunaan Ponsel Pintar dan Media Sosial di Kalangan Generasi Muda dan Dampak Penggunaannya terhadap Kesejahteraan.” *Media Watch* 15, no. 1 (2024): 30–52. <https://doi.org/10.1177/09760911231213346>.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4. ed. SAGE, 2014.
- Darley, William K., Charles Blankson, and Denise J. Luethge. “Toward an Integrated Framework for Online Consumer Behavior and Decision Making Process: A Review.” *Psychology & Marketing* 27, no. 2 (2010): 94–116. <https://doi.org/10.1002/mar.20322>.
- Davis, Rebecca, *Statistic: A Tool for Social Research* (Wadsworth Publishing Company, 1996).
- De Veirman, Marijke, Veroline Cauberghe, and Liselot Hudders. “Pemasaran melalui Influencer Instagram: Dampak Jumlah Pengikut dan Perbedaan Produk terhadap Sikap Merek.” *Jurnal Periklanan Internasional* 36, no. 5 (2017): 798–828. <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>.
- “Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan | UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.” Accessed February 3, 2026. <https://tarbiyah.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/236-Struktur-Organisasi->.
- Fitriani, Devi, and M. Iqbal Lubis. *Pengaruh Prospek Kerja terhadap Minat Masuk Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. n.d.
- Fitriani, Devi, and M. Iqbal Lubis. “Pengaruh prospek lapangan kerja terhadap minat masuk mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.” *Multiplier Effect: Jurnal Riset Mahasiswa Pendidikan Ekonomi* 2, no. 1 (2025): 1–9. <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/ME/article/view/4257>.

- George, Darren, and Paul Mallery. *IBM SPSS Statistics 26 Step by Step: A Simple Guide and Reference*. Routledge, 2020. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/160238/ibm-spss-statistics-26-step-by-step-a-simple-guide-and-reference.html>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. 10 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Hajatina. “Strategi Promosi Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 3 (2024): 136–46. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1143>.
- Hartanto, Dadi, and Ahmad Nurkhin. “Pengaruh Dukungan Orang Tua Dan Hubungan Saudara Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi Di Universitas Negeri Semarang Dengan Prospek Kerja Sebagai Variabel Moderasi.” *Business and Accounting Education Journal* 6, no. 1 (2025): 25–44. <https://doi.org/10.15294/baej.v6i1.14475>.
- Hartanto, Dadi, and Ahmad Nurkhin. “Pengaruh Dukungan Orang Tua dan Hubungan Saudara Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi di Universitas Negeri Semarang Dengan Prospek Kerja Sebagai Variabel Moderasi.” *Business and Accounting Education Journal* 6, no. 1 (2025): 25–44. <https://doi.org/10.15294/baej.v6i1.14475>.
- Hasan, M. Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif) Edisi 2* (2017).
- Imam Machali. *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif)*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50319/>.
- Imari, Iqbal, Ery Tri Djatmika R. W. Wardana, Sri Umi Mintarti, and Agung Haryono. “The Effect of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control on Students’ Intention to Choose Sharia Economics Study Programs.” *Management Science Letters* 10, no. 13 (2020): 3119–26. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.5.011>.
- Juhaidi, Ahmad. “Pemasaran Media Sosial Institusi Pendidikan Tinggi Islam di Indonesia: Perspektif Bauran Pemasaran.” *Cogent Business & Management* 11, no. 1 (2024): 2374864. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2374864>.

- Jung, Young-Mi, and In-Young Yoo. "Development and Testing of the Career Decision-Making Self-Efficacy Scale for Nursing Students: A Methodological Study." *BMC Nursing* 21, no. 1 (2022): 231. <https://doi.org/10.1186/s12912-022-01017-7>.
- Khasanah, Widhya Nur, and Kardiyem Kardiyem. "Peran Prospek Kerja dalam Memoderasi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi." *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* 20, no. 2 (2022): 155–75. <https://doi.org/10.21831/jpai.v20i2.54524>.
- Khoirunnisa, Alifah, and Alodia Bidara Prabawati. "Pengaruh Preferensi Media Sosial Institusi Terhadap Minat Daftar Camaba Ilmu Komunikasi." *Lenvari: Journal of Social Science* 2, no. 1 (2024): 8–15. <https://doi.org/10.61105/jss.v2i1.97>.
- "Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th Ed.). The University of Minnesota Libraries Publishing. - References - Scientific Research Publishing." Accessed December 30, 2025. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3494951>.
- Lee, Sanghee, Jaeun Jung, Sungeun Baek, et al. "The Relationship between Career Decision-Making Self-Efficacy, Career Preparation Behaviour and Career Decision Difficulties among South Korean College Students." *Sustainability* 14, no. 21 (2022). <https://doi.org/10.3390/su142114384>.
- Litvaj, Ivan, Olga Ponisciakova, Dana Stancekova, Jaroslava Svobodova, and Jozef Mrazik. "Decision-Making Procedures and Their Relation to Knowledge Management and Quality Management." *Sustainability* 14, no. 1 (2022): 572. <https://doi.org/10.3390/su14010572>.
- López, Pepa, Pep Simó, and Jordi Marco. "Job Perception and Expectations Scale: A New Scale for Assessing Self-Perceived Employability, Job Quality, and Gender Equity." *Humanities and Social Sciences Communications* 12, no. 1 (2025): 829. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05133-y>.
- Maity, Moutusy, Mayukh Dass, and Piyush Kumar. "The Impact of Media Richness on Consumer Information Search and Choice." *Journal of Business Research* 87 (June 2018): 36–45. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.02.003>.
- Mardiani, Inda Tri, Elni Yakub, and Dian Oktary. "Pertimbangan Siswa Dalam Mengambil Keputusan Karir Serta Implikasinya Terhadap Bimbingan Dan Konseling." *Journal of Innovative and Creativity* 5, no. 2 (2025): 18420–27. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.2684>.
- Maulana Achmad, Roudlotul Jannah, and Azizah. "Media Sosial Sebagai Strategi Baru Dalam Dakwah Islam: Studi Analisis Pada Platform 'Belajariah.'"

- Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 9, no. 1 (2023): 1–15. <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v9i1.2109>.
- “Mengenal Prospek Kerja Dan Bagaimana Mendapatkannya.” Accessed December 25, 2025. <https://www.linovhr.com/blog/prospek-kerja/>.
- “Metode Penelitian Kuantitatif (Edisi 3).” n.d. Accessed December 14, 2025. <https://repository.itbwigalumajang.ac.id/1073/1/Ebook%20Metode%20Penelitian%20Edisi%203.pdf>.
- “Metodologi Penelitian (Penerbit KBM Indonesia, 2022).” n.d. Accessed December 14, 2025. <https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf>.
- Nasti, Nilawati, Ahmad Husin Lubis, and Abdul Rasyid Ms. “Analysis of the Influence of Consumer Behavior on Purchasing Decisions in the E-Commerce Industry.” *International Journal of Economics (IJECE)* 3, no. 2 (2024): 870–75. <https://doi.org/10.55299/ijec.v3i2.996>.
- Nguyen, Diem. “The Role of Social Media in Shaping Career Choices of Asian American Students.” *The Turkish Online Journal of Educational Technology* 23, no. 4 (2024).
- Novitasari, Devi, and Hanif Mauludin. “The Role of Social Media in Shaping Gen Z’s Perception About The World of Work and Its Influence on IT Job Search Process.” *Journal of Industrial Engineering* 6, no. 5 (n.d.).
- Oktavian, Bagus, Anjar Safitri, and Melli Andini. *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Menjaring Calon Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi*. n.d.
- O’Neill, Ben. “Sample Size Determination with a Pilot Study.” *PLOS ONE* 17, no. 2 (2022): e0262804. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262804>.
- Opat, Priska Gozzolini, Yumelda Sari, and Universitas Esa Unggul. *Pengaruh Daya Tarik Konten Marketing Akun Tiktok @Somethincofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc*. 2, no. 8 (n.d.).
- Otto, Thorsten. “Haruskah Para Pendidik Khawatir? Dampak Video Pendek terhadap Pemikiran Rasional dan Pembelajaran: Analisis Komparatif.” *Komputer & Pendidikan* 234 (September 2025): 105330. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2025.105330>.
- Pahala, Indra, Lisa Rachmawati, and Tresno Eka Jaya. “Pengaruh Persepsi dan Motivasi terhadap Minat Berkarir Mahasiswa di Bidang Perpajakan Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi pada Universitas Negeri Jakarta.” *Jurnal Wahana Akuntansi* 12, no. 1 (2017): 28. <https://doi.org/10.21009/wahana.012/1.3>.

- pai.uin-suka.ac.id. *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. n.d. Accessed January 18, 2026. <https://pai.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/1309-Lokasi-Kampus>.
- pai.uin-suka.ac.id. *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. n.d. Accessed January 18, 2026. <https://pai.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/1788-Sejarah-Singkat>.
- pai.uin-suka.ac.id. *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. n.d. Accessed January 18, 2026. <https://pai.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/1885-Visi>.
- pai.uin-suka.ac.id. *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. n.d. Accessed January 18, 2026. <https://pai.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/1886-Misi>.
- pai.uin-suka.ac.id. *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. n.d. Accessed January 18, 2026. <https://pai.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/1887-Tujuan>.
- Pawar, Sanjay Krishnapratap. "Media Sosial dalam Pemasaran Pendidikan Tinggi: Tinjauan Literatur Sistematis dan Agenda Penelitian." *Cogent Business & Management* 11, no. 1 (2024): 2423059. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2423059>.
- "Pengaruh Copywriting dan Kualitas Visual Content Marketing terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Instagram pada Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas Negeri Medan." *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial dan Humaniora* 9, no. 3 (n.d.).
- Perdana, Agri Aulian, Haryadi Mujianto, and Resty Mustika Pratiwi. "Pengaruh Popularitas Tiktok sebagai Media Pencarian Informasi Terhadap Penurunan Penggunaan Google di Generasi Z." *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 5, no. 1 (2025): 230–36. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2722>.
- Petty, Richard E., and John T. Cacioppo. "The Effects of Involvement on Responses to Argument Quantity and Quality: Central and Peripheral Routes to Persuasion." *Journal of Personality and Social Psychology* 46, no. 1 (1984): 69–81. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.46.1.69>.
- piaud.uin-suka.ac.id. *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. n.d. Accessed January 18, 2026. <https://piaud.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/449-Profil-Program-Studi>.
- piaud.uin-suka.ac.id. *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. n.d. Accessed January 18, 2026. <https://piaud.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/2059-Visi-Misi-dan-Tujuan>.
- Prabowo, Heri, Bayu Kurniawan, Prianca Ratri Nastiti, and Henry Casandra Gultom. "Daya Tarik Konten Media Sosial Dalam Menumbuhkan Online Engagement Yang Berdampak Pada Minat Memilih." *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* 5, no. 3 (2025): 2414–21. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i3.3490>.

- Regita, Dyastari Cahya, and Ramita Kholifaturrohmah. *Pengaruh Ekspektasi Karier, Biaya Pendidikan, dan Minat Memilih Program Studi terhadap Keputusan Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi*. 9 (2025).
- Robbins, Stephen P., and Tim Judge. *Organizational Behavior*. 15th ed. Pearson, 2013.
- Saputra, Devid and Mubasit. "Konten Edukasi sebagai Media Pemasaran dalam Meningkatkan Literasi Konsumen di Era Digital." *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan* 4, no. 2 (2025): 246–58. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v4i2.4036>.
- Sari, Azmatul Khairiah, A. Muri Yusuf, Mega Iswari, and Afdal Afdal. "Analisis Teori Karir Krumboltz: Literature Review." *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha* 12, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.23887/jjbk.v12i1.33429>.
- Sekarrini, Loveria. "Dampak Penggunaan Smartphone pada Remaja Usia 15-24 Tahun di Wilayah Jabodetabek." *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia* 15, no. 1 (2020): 103. <https://doi.org/10.20473/ijph.v15i1.2020.103-111>.
- Shafira, Meir Tasya Ilza, and Vania Ardelia. "Hubungan Self-Esteem dengan Online Disinhibition pada Emerging Adult Pengguna Media Sosial X." *Karakter* 12 (2025).
- Shah, Zakir, and Lu Wei. "Source Credibility and the Information Quality Matter in Public Engagement on Social Networking Sites During the COVID-19 Crisis." *Frontiers in Psychology* 13 (June 2022): 882705. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.882705>.
- Siswanto. "Penerapan Model Evaluasi Stake (Countenance) Untuk Mengevaluasi Pembelajaran Dasar - Dasar Akuntansi." *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* 8, no. 1 (2009). <https://doi.org/10.21831/jpai.v8i1.940>.
- Snyder, Hannah. "Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines." *Journal of Business Research* 104 (November 2019): 333–39. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>.
- Sriyanto, Agus, Purwanto, and Zaenal Muttaqin. "From Instagram to Campus: The Impact of Social Media Marketing on Students' Interest through Trust and Brand Recognition." *Kalijaga Journal of Communication* 6, no. 2 (2024): 139–70. <https://doi.org/10.14421/kjc.62.02.2024>.
- STIKes Dharma Husada. "Status Mahasiswa." Accessed December 25, 2025. <https://stikesdhs.ac.id/status-mahasiswa/>.
- Sudijono, Anas, *Pengantar Statistik Pendidikan*, 1st edn (Raja Grafindo Persada 1997).

- Sudjiman, Paul Eduard, and Lorina Siregar Sudjiman. "Analisis Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer Dalam Proses Pengambilan Keputusan." *TeIka* 8, no. 2 (2020): 55–66. <https://doi.org/10.36342/teika.v8i2.2327>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D* (2019).
- Sukmawati, Novita, and Sri Rejeki Ekasasi. "Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy." *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 1, no. 1 (2020): 17. <https://doi.org/10.35917/cb.v1i1.125>.
- "Surat al-Insyirah Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb." March 18, 2019. <https://tafsirweb.com/37364-surat-al-insyirah-lengkap.html>.
- Syahlani, Achmad, and Desy Setyorini. "Pengujian Secara Empiris (Uji Validitas Dan Reliabilitas) Instrumen Minat Belajar Matematika Siswa." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (2023): 1607–19. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5026>.
- "Teknik Pengambilan Sampel Penelitian: Macam & Penjelasan [Macam & Contoh]." Accessed December 26, 2025. https://deepublishstore.com/blog/teknik-pengambilan-sampel/?srsltid=AfmBOorxC_1P_WjQ1IacAdBQkEr3DbRJnGkTzhN6_HninY_8p51XI9Z8#Macam_Teknik_Pengambilan_Sampel.
- "The Persuasiveness of Source Credibility: A Critical Review of Five Decades' Evidence - Pornpitakpan - 2004 - Journal of Applied Social Psychology - Wiley Online Library." Accessed December 5, 2025. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1559-1816.2004.tb02547.x>.
- Tomczyk, Łukasz, and Elma Selmanagic Lizde. "Apakah Waktu Penggunaan Layar Sebenarnya Merupakan Penentu Penggunaan Smartphone dan Jejaring Sosial yang Bermasalah di Kalangan Anak Muda?." *Telematika dan Informatika* 82 (August 2023): 101994. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.101994>.
- "UIN Sunan Kalijaga." Accessed December 16, 2025. <https://uin-suka.ac.id/id/show/berita/1837-1/berjaya-di-um-ptkin-2025-uin-sunan-kalijaga-torehkan-berbagai-prestasi-gemilang>.
- Uljannah, Lina Pina, and Adi Santoso. "Pengaruh Daya Tarik Konten, Keamanan Informasi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Shopee." *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 3, no. 4 (2024): 1499–510. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i4.3829>.
- Voorveld, Hilde A. M., Guda Van Noort, Daniël G. Muntinga, and Fred Bronner. "Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The

Differentiating Role of Platform Type.” *Journal of Advertising* 47, no. 1 (2018): 38–54. <https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1405754>.

Widiputera, Ferdi, Kristof De Witte, Wim Groot, and Henriëtte Maassen Van Den Brink. “The Attractiveness of Programmes in Higher Education: An Empirical Approach.” *European Journal of Higher Education* 7, no. 2 (2017): 153–72. <https://doi.org/10.1080/21568235.2016.1275976>.

Zain, Azizah Aghniya, and Kadek Dristiana Dwivayani. “Penggunaan Instagram pada Generasi Z Sebagai Media Komunikasi dalam Membangun Personal Branding Ilustrator @Indahoei.” *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi* 5, no. 1 (2024): 359–72. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.478>.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA