PENGARUH *CAREER SELF-EFFICACY* DAN *SOCIAL MEDIA EXPOSURE* TERHADAP *WORK ABROAD INTENTION* MELALUI *PERCEIVED EMPLOYABILITY* PADA GENERASI Z DI INDONESIA

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

TIARA MELINDA
NIM. B1022221019

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK

2026

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama	: Tiara Melinda
NIM	: B1022221019
Jurusan	: Manajemen
Konsentrasi	: Manajemen Sumber Daya Manusia
Judul Karya Akhir	: Pengaruh *Career Self-Efficacy* dan *Social Media Exposure* terhadap *Work Abroad Intention* melalui *Perceived Employability* pada Generasi Z di Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).
Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul tersebut di atas.
Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 12 Agustus 2026



Tiara Melinda
NIM. B1022221019

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Tiara Melinda
NIM	: B1022221019
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: SDM
Tanggal Ujian	: 01 Juli 2026

Judul Karya Akhir:
Pengaruh *Career Self-Efficacy* dan *Social Media Exposure* terhadap *Work Abroad Intention* melalui *Perceived Employability* pada Generasi Z di Indonesia.

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 12 Agustus 2026



Tiara Melinda
NIM. B1022221019

LEMBAR YURIDIS

PENGARUH CAREER SELF-EFFICACY DAN SOSIAL MEDIA EXPOSURE TERHADAP WORK ABROAD INTENTION MELALUI PERCEIVED EMPLOYABILITY PADA GENERASI Z DI INDONESIA

Penanggung jawab Yuridis

Tiara Melinda
B1022221019

Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Sumber Daya Manusia
Tanggal Ujian : 01-07-2026

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Prof. Dr. Giriati, S.E., M.E. 196107241987112001	06/01/2026	
Pembimbing 2	Yulyanti Fahruna, S.E., M.Si. 197902182014042001	04/08/2026	
Penguji 1	Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P. 196005191987032002	04/08/2026	
Penguji 2	Efa Irdhayanti, S.E., M.M. 198404142023212039	04/08/2026	

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus
oleh Majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir
dan Komprehensif untuk
memperoleh gelar Sarjana.

Pontianak, 26 AUG 2026
Koordinator Program Studi Manajemen

Bintoro Bagus Purnomo, S.E., M.M.
NIP. 199205082019031006

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul "Pengaruh *Career Self-Efficacy* dan *Social Media Exposure* terhadap *Work Abroad Intention* melalui *Perceived Employability* pada Generasi Z di Indonesia" ini dengan baik. Karya akhir ini diajukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.

Penulis juga banyak mendapatkan bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Prof. Dr. Giriati, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing Akademik di MBKM yang telah memberikan bimbingan dan motivasi selama proses pembelajaran hingga penyusunan karya akhir ini.
6. Yulyanti Fahruna, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing di MBKM Riset yang selalu memberikan bimbingan dan nasehat selama pengerjaan karya akhir ini.
7. Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P. selaku dosen penguji di MBKM Riset yang telah memberikan masukan kritis yang sangat berharga dalam menyempurnakan karya akhir ini.
8. Efa Irdhayanti, S.E., M.M. selaku dosen penguji di MBKM Riset yang telah memberikan masukan dan pertanyaan yang membangun selama sidang karya akhir ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan berlangsung.
10. Staf Akademik, Tata Usaha dan Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran proses administrasi selama kuliah dan penulisan karya akhir ini.
11. Keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, serta motivasi kepada penulis selama penyusunan karya akhir ini.

12. Teman-teman yang memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan karya akhir.
13. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian karya akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Pontianak, 12 Agustus 2026



Tiara Melinda
NIM.B1022221019

Pengaruh *Career Self-Efficacy* dan *Social Media Exposure* terhadap *Work Abroad Intention* melalui *Perceived Employability* pada Generasi Z di Indonesia

Tiara Melinda

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRAK

Fenomena "#KaburAjaDulu" di media sosial mencerminkan meningkatnya orientasi Generasi Z di Indonesia terhadap peluang kerja di luar negeri sebagai alternatif jalur karier. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *career self-efficacy* dan *social media exposure* terhadap *work abroad intention* melalui *perceived employability* sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Data diperoleh dari 207 responden melalui teknik purposive sampling dan dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Forms. Analisis data dilakukan dengan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *career self-efficacy* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *work abroad intention*. Sebaliknya, *social media exposure* dan *career self-efficacy* berpengaruh terhadap *perceived employability*, yang selanjutnya berpengaruh terhadap *work abroad intention*. *Perceived employability* terbukti memediasi hubungan antarvariabel tersebut. Temuan penelitian menunjukkan bahwa niat bekerja di luar negeri lebih dipengaruhi oleh persepsi peluang kerja dibandingkan keyakinan karier secara langsung, serta mengindikasikan peran media sosial dalam membentuk aspirasi karier Generasi Z di era digital.

Kata Kunci: *Career Self-Efficacy, Social Media Exposure, Perceived Employability, Work Abroad Intention.*

The Influence of Career Self-Efficacy and Social Media Exposure on Work Abroad Intention through Perceived Employability among Indonesian Generation Z

Tiara Melinda

Faculty of Economics and Business
Tanjungpura University, Indonesia

ABSTRACT

The phenomenon of "#KaburAjaDulu" on social media reflects the growing orientation of Generation Z in Indonesia toward overseas employment opportunities as an alternative career path. This study aims to examine the influence of career self-efficacy and social media exposure on work abroad intention through perceived employability as a mediating variable among Generation Z in Indonesia. This study employs a quantitative approach with an explanatory research design. Data were collected from 207 respondents using purposive sampling through an online questionnaire administered via Google Forms. Data analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The results show that career self-efficacy does not have a significant direct effect on work abroad intention. In contrast, social media exposure and career self-efficacy significantly affect perceived employability, which subsequently influences work abroad intention. Perceived employability was found to mediate the relationships between these variables. The findings indicate that the intention to work abroad is more strongly influenced by perceptions of employment opportunities than by career self-beliefs directly, while also highlighting the role of social media in shaping the career aspirations of Generation Z in the digital era.

Keywords: *Career Self-Efficacy, Social Media Exposure, Perceived Employability, Work Abroad Intention.*

RINGKASAN KARYA AKHIR

Pengaruh *Career Self-Efficacy* dan *Social Media Exposure* terhadap *Work Abroad Intention* melalui *Perceived Employability* pada Generasi Z di Indonesia

1. Latar Belakang

Ketidakpastian karier menjadi tantangan yang semakin nyata bagi Generasi Z di Indonesia. Sekitar 9 juta orang usia 15-24 tahun tergolong NEET (*Not in Employment, Education, or Training*) (Badan Pusat Statistik, 2025). Kondisi ini menunjukan lemahnya transisi generasi muda dari pendidikan ke dunia kerja yang dipicu oleh *skill mismatch*, meningkatnya standar rekrutmen, serta gaji domestik yang tidak sebanding dengan beban kerja (Sugiarti, 2024). Situasi ini diperkuat oleh meningkatnya gelombang pemutusan hubungan kerja (PHK) di sektor padat karya, yang berdasarkan data Konfederasi Serikat Pekerja Nusantara (KSPN) sebanyak 126.160 pekerja terdampak pada periode 2023–2025, yang berasal dari 59 perusahaan sektor tekstil dan produk tekstil serta 13 perusahaan non tekstil (Fadilah, 2025). Kondisi tersebut semakin menunjukkan meningkatnya ketidakpastian pasar kerja di Indonesia.

Tekanan tersebut mendorong munculnya fenomena sosial #KaburAjaDulu yang viral dan menjadi *trending topic* nasional di platform X (twitter) pada 14 Februari 2025 (Jumbadi, 2025). Fenomena ini merefleksikan kekecewaan Generasi Z terhadap berbagai kondisi ketenagakerjaan dan sosial-ekonomi di Indonesia, yang kemudian berkembang menjadi simbol kritik sosial terhadap ketidakpastian ekonomi, terbatasnya lapangan kerja, serta isu kebijakan publik dan kesenjangan sosial (Irhamdhika et al., 2025). Fenomena ini tidak hanya menjadi tren digital, tetapi juga mengindikasikan meningkatnya orientasi karier linstas negara pada generasi Z yang tercermin melalui *work abroad intention*, yaitu niat individu untuk mencari kerja di luar negeri sebagai pilihan karier alternatif dibandingkan pasar kerja domestik Indonesia, sebagai respons terhadap keterbatasan peluang kerja domestik. Kondisi ini diperkuat oleh survei yang menunjukkan bahwa 74% Generasi Z di Indonesia memiliki keinginan bekerja di luar negeri, dengan motivasi utama berupa penghasilan lebih tinggi, pengembangan karier, kondisi kerja yang lebih baik (Raissa, 2024; Sugiarti, 2024).

Perubahan orientasi tersebut tidak terlepas dari meningkatnya eksposur Generasi Z terhadap media sosial. Narasi diaspora melalui konten yang menampilkan kesuksesan karier dan gaya hidup di luar negeri membentuk persepsi aspiratif Gen Z terhadap peluang kerja global (Ibrahim et al., 2024; Gorbatov et al., 2024). Representasi kehidupan luar negeri di Instagram terbukti mampu memengaruhi ekspektasi dan orientasi karier individu (Dewi et al., 2021). Karakteristik influencer seperti *attractiveness, career success*, dan *trustworthiness* juga berpengaruh terhadap niat bekerja

di luar negeri melalui motivasi pengembangan diri (Thi et al., 2025). Dengan demikian, *social media exposure* bukan hanya bersifat informatif, tetapi juga membentuk persepsi karier lintas negara yang dapat memengaruhi *work abroad intention* (Jaramillo-Dent et al., 2022).

Selain faktor eksternal, *career self-efficacy* turut menentukan kesiapan karier global. Individu dengan *career self-efficacy* yang tinggi cenderung memiliki motivasi berprestasi lebih kuat dan keyakinan terhadap kemampuannya dalam mengelola serta mencapai tujuan karier sehingga lebih percaya diri menghadapi tantangan dunia kerja (Tan et al., 2025). Semakin tinggi motivasi individu, semakin besar keyakinannya untuk bekerja di luar negeri (Ramadhan et al., 2024) serta memengaruhi proses perencanaan karier sejak usia muda (Qolbiyah et al., 2025).

Sementara itu, *perceived employability* berperan sebagai mekanisme penghubung antara faktor kepercayaan diri dan pengaruh sosial-digital dengan niat bekerja di luar negeri. *Perceived employability* terbentuk melalui persepsi individu terhadap kompetensi, kemampuan beradaptasi, dan kesiapan menghadapi tuntutan pasar kerja (Ananthram et al., 2024). *Perceived employability* yang tinggi membuat individu merasa kompeten (Duggal et al., 2024) serta lebih siap bersaing di pasar kerja global dan menghadapi dinamika karier lintas negara (Murire et al., 2023; Đorđević et al., 2025).

Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan antara *career self-efficacy* dan perceived employability (Gunawan et al., 2024; Tan et al., 2025), maupun pengaruh media sosial terhadap niat studi luar negeri (Caraka et al., 2022; Thi et al., 2025), penelitian yang menguji *perceived employability* sebagai mekanisme mediasi antara *career self-efficacy* dan *social media exposure* terhadap *work abroad intention* pada Generasi Z Indonesia masih terbatas. Padahal, hubungan tersebut menjadi penting untuk menjelaskan bagaimana faktor personal dan faktor digital secara bersama-sama membentuk keputusan karier lintas negara.

Kecenderungan Generasi Z untuk bekerja di luar negeri berpotensi mempercepat *brain drain* dan kehilangan talenta lokal apabila tidak diimbangi dengan kesiapan karier yang memadai. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *career self-efficacy* dan *social media exposure* terhadap *work abroad intention* melalui *perceived employability* pada Generasi Z di Indonesia dengan menggunakan kerangka *Social Cognitive Career Theory.* Penelitian ini relevan dengan agenda pembangunan global dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya SDG 8 *Decent Work and Economic Growth* yang menekankan peningkatan kesempatan kerja layak bagi generasi muda. Selain itu, penelitian ini berkaitan dengan SDG 4 *Quality Education* dalam pengembangan kesiapan kerja, serta SDG 10 *Reduced Inequalities* yang berkaitan dengan mobilitas tenaga kerja dan perluasan peluang ekonomi.

2. Permasalahan

1) Apakah *career self-efficacy* berpengaruh terhadap *work abroad intention* pada Generasi Z di Indonesia?
2) Apakah *social media exposure* berpengaruh terhadap *work abroad intention* pada Generasi Z di Indonesia?
3) Apakah *career self-efficacy* berpengaruh terhadap *perceived employability* pada Generasi Z di Indonesia?
4) Apakah *social media exposure* berpengaruh terhadap *perceived employability* pada Generasi Z di Indonesia?
5) Apakah *perceived employability* berpengaruh terhadap *work abroad intention* pada Generasi Z di Indonesia?
6) Apakah *perceived employability* memediasi pengaruh *career self-efficacy* terhadap *work abroad intention* pada Generasi Z di Indonesia?
7) Apakah *perceived employability* memediasi pengaruh *social media exposure* terhadap *work abroad intention* pada Generasi Z di Indonesia?

3. Tujuan Penelitian

1) Menganalisis pengaruh *career self-efficacy* terhadap *work abroad intention* pada Generasi Z di Indonesia.
2) Menganalisis pengaruh *social media exposure* terhadap *work abroad intention* pada Generasi Z di Indonesia.
3) Menganalisis pengaruh *career self-efficacy* terhadap *perceived employability* pada Generasi Z di Indonesia.
4) Menganalisis pengaruh *social media exposure* terhadap *perceived employability* pada Generasi Z di Indonesia.
5) Menganalisis pengaruh *perceived employability* terhadap *work abroad intention* pada Generasi Z di Indonesia.
6) Menganalisis peran *perceived employability* dalam memediasi pengaruh *career self-efficacy* terhadap *work abroad intention* pada Generasi Z di Indonesia.
7) Menganalisis peran *perceived employability* dalam memediasi pengaruh *social media exposure* terhadap *work abroad intention* pada Generasi Z di Indonesia.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori dan metode survei untuk menguji pengaruh *career self-efficacy* dan *social media exposure* terhadap *work abroad intention* melalui *perceived employability* sebagai variabel mediasi. Populasi penelitian adalah Generasi Z di Indonesia yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria (1) berusia 18–29 tahun dan (2) pernah melihat konten tentang kehidupan dan karier diaspora Indonesia di luar negeri melalui media sosial. Penelitian ini memperoleh 207 responden, namun satu responden tidak memenuhi kriteria sehingga dikeluarkan dari analisis. Dengan demikian, jumlah data yang dianalisis adalah 206 responden dan telah memenuhi rekomendasi ukuran sampel dalam PLS-

SEM. Berdasarkan 10-*times rule*, jumlah sampel minimum adalah 30 responden (3 x 10) yang dihitung dari konstruk endogen dengan jumlah panah masuk terbanyak (Hair et al., 2021). Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Forms yang disebarkan melalui media sosial seperi WhatsApp, TikTok, Instagram. Penelitian ini menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur variabel penelitian (Sugiyono, 2023), yaitu skala persetujuan (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju) untuk mengukur *career self-efficacy*, *perceived employability*, dan *work abroad intention*, serta skala frekuensi (1 = tidak pernah hingga 5 = sangat sering) untuk mengukur *social media exposure*.

Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4 dengan mengacu pada (Hair et al., 2021). Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menguji validitas konvergen menggunakan nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), validitas diskriminan menggunakan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), serta reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Selanjutnya, evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan melalui pengujian nilai R-*square* (R^2), *predictive relevance* (Q^2), serta uji hipotesis pengaruh langsung dan tidak langsung menggunakan *bootstrapping*.

5. Hasil Penelitian

1) *Career self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *work abroad intention*, tetapi pengaruh tersebut tidak signifikan. Koefisien jalur sebesar 0,134 dengan *T-statistics* 1,682 (< 1,96) dan *P-value* 0,093 (> 0,05), sehingga H1 ditolak.

2) *Social media exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work abroad intention* dengan koefisien jalur sebesar 0,273. Nilai *T-statistics* sebesar 3,859 (> 1,96) dan *P*-value sebesar 0,000 (< 0,05), sehingga H2 diterima.

3) *Career self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived employability* dengan koefisien jalur sebesar 0,650. Nilai *T-statistics* sebesar 9,954 (> 1,96) dan *P-value* sebesar 0,000 (< 0,05), sehingga H3 diterima.

4) *Social media exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived employability* dengan koefisien jalur sebesar 0,198. Nilai *T-statistics* sebesar 3,580 (> 1,96) dan *P-value* sebesar 0,000 (< 0,05), sehingga H4 diterima.

5) *Perceived employability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work abroad intention* dengan koefisien jalur sebesar 0,437. Nilai *T-statistics* sebesar 5,597 (> 1,96) dan *P-value* sebesar 0,000 (< 0,05) sehingga H5 diterima.

6) *Career self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work abroad intention* melalui *perceived employability* dengan koefisien

jalur sebesar 0,284. Nilai *T-statistics* sebesar 4,357 (> 1,96) dan *P-value* sebesar 0,000 (< 0,05) sehingga H6 diterima.

7) *Social media exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work abroad intention* melalui *perceived employability* dengan koefisien jalur sebesar 0,086. Nilai *T-statistics* sebesar 3,184 (> 1,96) dan *P-value* sebesar 0,001 (< 0,05), sehingga H7 diterima.

6. Kesimpulan dan Saran

1) Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *career self-efficacy* dan *social media exposure* terhadap *work abroad intention* melalui *perceived employability* pada Generasi Z di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *career self-efficacy* tidak berpengaruh langsung terhadap *work abroad intention*, sedangkan *social media exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work abroad intention*. Di sisi lain, *career self-efficacy* dan *social media exposure* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived employability*, yang selanjutnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap *work abroad intention*. *Perceived employability* juga terbukti berperan sebagai mediator dalam hubungan kedua variabel tersebut terhadap *work abroad intention*. Mediasi *perceived employability* pada hubungan *career self-efficacy* terhadap *work abroad intention* bersifat penuh karena pengaruh langsung *career self-efficacy* tidak signifikan, sedangkan pada hubungan *social media exposure* terhadap *work abroad intention* bersifat parsial karena pengaruh langsung dan tidak langsung sama-sama signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa keyakinan terhadap kemampuan karier belum cukup untuk mendorong niat bekerja di luar negeri secara langsung. Niat tersebut lebih kuat ketika Generasi Z memiliki persepsi bahwa dirinya memiliki kompetensi, kesiapan, dan peluang untuk memperoleh pekerjaan di pasar kerja global. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived employability* menjadi mekanisme penting dalam menjelaskan terbentuknya *work abroad intention* pada Generasi Z di Indonesia dalam konteks fenomena "#KaburAjaDulu".

2) Saran

Penelitian ini memberikan informasi dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi institusi pendidikan dalam meningkatkan *perceived employability* Generasi Z melalui program pengembangan karier, seperti pelatihan CV berstandar internasional, simulasi wawancara, sertifikasi kompetensi, dan magang. Pemerintah dapat mendukung kesiapan kerja internasional melalui penyediaan informasi peluang kerja luar negeri, pelatihan bahasa asing, dan program persiapan kerja. Selain itu, perusahaan dapat berkolaborasi dengan perguruan tinggi melalui program magang, *mentoring*, dan *campus recruitment*. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan

longitudinal serta mempertimbangkan populasi dan faktor kontekstual lain yang memengaruhi *work abroad intention*.

DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR iii
LEMBAR YURIDIS iv
UCAPAN TERIMAKASIH v
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
RINGKASAN KARYA AKHIR ix
DAFTAR ISI xv
DAFTAR TABEL xvi
DAFTAR GAMBAR xvii
DAFTAR LAMPIRAN xviii
ISI KARYA AKHIR 1
1. *Introduction* 2
2. *Literature Review* 3
3. *Research Methodology* 7
4. *Results and Discussion* 8
5. *Conclusion* 12
6. *References* 13
LAMPIRAN I SK Dekan xvii
LAMPIRAN II Letter Of Acceptance xxi
LAMPIRAN III Dokumen Infomasi Artikel xxii
LAMPIRAN IV Tabel Operasionalisasi xxv
LAMPIRAN V Kuesioner xxix
LAMPIRAN VI Data xxxv
LAMPIRAN VII Output Olahan Data xlv

DAFTAR TABEL

Halaman

Table 1. Convergent Validity and Construct Reliability 8
Table 2. Discriminant Validity (HTMT) 8
Table 3. Coefficient of Determination (R^2) and Predictive Relevance (Q^2) 9
Table 4. Hypothesis Testing Results 9

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Picture 1. Research Model 7

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

LAMPIRAN I SK Dekan xvii
LAMPIRAN II Letter Of Acceptance xxi
LAMPIRAN III Dokumen Infomasi Artikel xxii
LAMPIRAN IV Tabel Operasionalisasi xxv
LAMPIRAN V Kuesioner..... xxix
LAMPIRAN VI Data xxxv
LAMPIRAN VII Output Olahan Data xlv

The Influence of Career Self-Efficacy and Social Media Exposure on Work Abroad Intention through Perceived Employability among Indonesian Generation Z

Tiara Melinda [1*], Yulyanti Fahruna [2], Giriati [3], Nurul Komari [4], Efa Irdhayanti [5]

[1*,2,3,4,5] Department of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Tanjungpura, Pontianak, West Kalimantan, Indonesia.

Email: b1022221019@student.untan.ac.id[1]*, yulyanti.fahruna@ekonomi.untan.ac.id[2], giriati@ekonomi.untan.ac.id[3], nurul.komari@ekonomi.untan.ac.id[4], efairdhayanti@ekonomi.untan.ac.id[5]

Abstrak

Fenomena #KaburAjaDulu di media sosial mencerminkan meningkatnya kecenderungan Generasi Z di Indonesia untuk mempertimbangkan bekerja di luar negeri sebagai alternatif karier. Penelitian ini menganalisis pengaruh career self-efficacy dan social media exposure terhadap work abroad intention dengan perceived employability sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Indonesia. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Sebanyak 206 responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling, sedangkan data dikumpulkan menggunakan kuesioner online yang disebarluaskan lewat Google Forms. Metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) berbantuan SmartPLS 4 digunakan untuk menganalisis data penelitian. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa career self-efficacy tidak berpengaruh langsung yang signifikan terhadap work abroad intention. Sebaliknya, career self-efficacy dan social media exposure berpengaruh signifikan terhadap perceived employability, yang selanjutnya berpengaruh signifikan terhadap work abroad intention. Selain itu, perceived employability memediasi pengaruh career self-efficacy dan social media exposure terhadap work abroad intention. Temuan ini menunjukkan bahwa perceived employability berperan penting dalam menjelaskan hubungan antara faktor individu, lingkungan digital, dan work abroad intention.

Kata Kunci: Efikasi Diri Karier; Paparan Media Sosial; Persepsi Kelayakan Kerja; Niat Bekerja di Luar Negeri.

Abstract

The #KaburAjaDulu phenomenon circulating on social media illustrates the increasing tendency of Generation Z in Indonesia to consider working abroad as an alternative career option. This study investigated how career self-efficacy and social media exposure influence work abroad intention through perceived employability as a mediator. A quantitative explanatory design was adopted using data collected from 206 respondents through purposive sampling and an online questionnaire. The collected data were then processed using the Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) approach, run on SmartPLS 4. The results revealed that career self-efficacy had no significant direct effect on work abroad intention. However, career self-efficacy and social media exposure significantly influenced perceived employability, which subsequently influenced work abroad intention. These findings underscore the pivotal role of perceived employability in linking career self-efficacy and social media exposure to Generation Z's intention to work abroad.

Keywords: Career Self-Efficacy; Social Media Exposure; Perceived Employability; Work Abroad Intention.

1. Introduction

Generation Z in Indonesia is increasingly facing career uncertainty due to the growing mismatch between labour market demands and available employment opportunities. Approximately 9 million individuals aged 15–24 are classified as Not in Employment, Education, or Training (NEET) (Badan Pusat Statistik, 2025). This condition reflects the weak transition from education to the labour market due to skill mismatches, increasingly demanding recruitment standards, and wages that are not proportional to workload (Sugiarti, 2024). This situation has been intensified by the increasing number of layoffs occurring across Indonesia's labour-intensive industries. According to the Indonesian Confederation of Trade Unions (KSPN), 126,160 workers were affected by layoffs between 2023 and 2025, involving 59 textile and textile product companies and 13 non-textile companies (Fadilah, 2025). These conditions highlight the growing uncertainty of Indonesia's labour market. Career uncertainty has contributed to the emergence of the #KaburAjaDulu movement, which became a nationwide trending topic on X (Twitter) on February 14, 2025 (Jumbadi, 2025). The phenomenon reflects Generation Z's dissatisfaction with employment conditions and broader socioeconomic challenges, including limited job opportunities and economic inequality (Irhamdhika et al., 2025). More importantly, it reflects a growing cross-border career orientation manifested in work abroad intention, defined as individuals' intention to seek employment abroad as an alternative career pathway. This trend is supported by survey findings showing that 74% of Indonesian Generation Z intend to work abroad, primarily motivated by higher salaries, better career development opportunities, and improved working conditions (Raissa, 2024). The increasing intention to work abroad is closely associated with greater exposure to social media. Diaspora-related content on social media provides information about international career opportunities and encourages individuals to consider working abroad (Dewi, 2021). In addition, an individual's belief in their career capabilities is reinforced through career self-efficacy. Such belief enables them to remain confident when pursuing professional aspirations and when facing the dynamic demands of the job market (Tan et al., 2025), while perceived employability is understood as a person's self-assessment regarding their competitiveness in securing job opportunities, both within the domestic sphere and across international labour markets (Duggal et al., 2024). Previous studies have separately investigated the association between career self-efficacy and perceived employability (Gunawan et al., 2024; Tan et al., 2025) as well as the influence of social media on international career-related intentions (Caraka et al., 2022; Thi et al., 2025). However, these relationships have rarely been examined together within a unified conceptual framework. To address this gap, the present study develops an integrated research model that combines these variables and investigates whether perceived employability mediates the relationships between career self-efficacy,

social media exposure, and work abroad intention among Indonesian Generation Z in the context of the #KaburAjaDulu phenomenon. A deeper understanding of this mechanism is required, since it can clarify the way individual characteristics and digital exposure work together in forming young people's motivation to pursue careers beyond national borders. The growing intention of Generation Z to work abroad may accelerate brain drain and the loss of local talent if it is not accompanied by adequate career preparedness. Building upon this research gap, the Social Cognitive Career Theory (SCCT) is adopted as the theoretical foundation of this study. Through this framework, the influence of career self-efficacy and social media exposure on the intention of Indonesian Generation Z to work overseas is analyzed, with perceived employability positioned as the intervening variable that bridges these relationships.