

Orientasi Masa Depan dan Perencanaan Karir Pada Remaja Content Creator di Samarinda

Putri Shamira Maharani¹ Hairani Lubis², Elda Trialisa Putri³
^{1,2,3} Department of Psychology, Mulawarman University, Indonesia

Artikel Info

Riwayat Artikel:

Penyerahan 15/03/2022

Revisi 18/05/2022

Diterima 18/06/2022

Keyword:

Future orientation;

Careerplanning;

Content creator;

ABSTRACT

This research looks at how teenagers who work as content creators view their future orientation and career planning in life. This research is a type of qualitative research with phenomenological methods. The data collection methods used are interviews and observations. Researchers use purposive sampling techniques, data analysis techniques used by preparing data, reading the entire data, coding data, applying the results of data coding into themes to be analyzed, presenting themes in the form of narratives and interpreting data. The results showed that the four subjects, namely subjects S, N, P, and A, had different future orientations and career planning even though they had the same profession as content creators. Subjects S, P, and A have sufficient experience in professional fields such as business deals so that all three subjects have a thorough preparation for this. Meanwhile, in subject N, the biggest factor that is seen is his enthusiastic motivation in his new profession as a content creator who still needs time and opportunities in various business opportunities in accordance with his goals in the future.

ABSTRAK

Penelitian ini melihat bagaimana remaja yang berprofesi sebagai *content creator* memandang orientasi masa depan dan perencanaan karir dalam hidupnya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik analisa data yang digunakan yaitu dengan mempersiapkan data, membaca keseluruhan data, meng-coding data, menerapkan hasil coding data menjadi tema-tema yang akan dianalisis, menyajikan tema-tema dalam bentuk narasi dan melakukan interpretasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat subjek yaitu subjek S, N, P, dan A memiliki orientasi masa depan dan perencanaan karir yang berbeda-beda meski memiliki profesi yang sama sebagai *content creator*. Subjek S, P, dan A memiliki pengalaman yang cukup dalam bidang profesional seperti kesepakatan bisnis sehingga ketiga subjek memiliki persiapan yang matang akan hal ini. Sedangkan pada subjek N faktor terbesar yang terlihat adalah motivasinya yang antusias dalam profesi barunya sebagai *content creator* yang masih butuh waktu dan kesempatan dalam berbagai peluang bisnis sesuai dengan tujuannya di masa yang akan datang.

Kata Kunci

Orientasi masa depan;
Perencanaan karir;
Content creator;

Copyright (c) Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi

Korespondensi:

Putri Shamira Maharani

Program Studi Psikologi,

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman

Email: putrishamira4@gmail.com



LATAR BELAKANG

Masa remaja merupakan waktu peralihan. Pada prosesnya remaja dilibatkan dalam dua hal penting yaitu peralihan yang sifatnya eksternal bersumber dari perubahan lingkungan dan hal kedua adalah internal yaitu karakteristik masing-masing remaja itu sendiri. Muncul suatu fenomena yang terjadi dikalangan anak muda generasi ini, dimana sebagian besar remaja berkeinginan untuk berprofesi menjadi *content creator*. Hal yang mendasarinya adalah perubahan perilaku berkomunikasi yang mengandalkan media sosial sebagai perantaranya. Remaja mulai dapat menginterpretasikan kepribadian dan cara berpikir dalam memandang dunia sosial mereka dari sisi yang lain dan juga berbeda (Desmita, 2008).

Saat ini media sosial menjadi tempat bagi setiap orang terutama generasi muda untuk berkreasi dalam menyajikan konten berupa hiburan, edukasi, berita terkini, dan lain sebagainya (David, Sondakh, & Harilama 2017). Salah satu kelebihan media sosial adalah dapat diakses dimana saja dan kapan saja dan memiliki sumber akses yang tanpa batas, hal tersebut menjadi ajang bagi setiap orang untuk membangun *personal branding* yang diinginkan. diri di lingkungan untuk mengatasi masalah dengan *problem solving* yang baik.

Motivasi yang timbul dalam pemikiran setiap individu menjadi salah satu hal yang mendorong seseorang untuk menempatkan orientasi masa depannya. Menurut Desmita (2010) tahap motivasi mencakup motif, minat dan tujuan yang memiliki kesinambungan dengan masa depan. Hal ini juga sejalan dengan proses pencapaian karir setiap orang yang harus direncanakan sebaik dan sematang mungkin. Perencanaan karir adalah proses yang dibuat agar setiap individu menjadi sadar akan hal-hal yang

berkenaan karir personal dan serangkaian tahap-tahap yang dilakukan pada pemenuhan karirnya (Rosari, 2005).

Peneliti ingin mengkaji fenomena remaja yang menjadikan *content creator* sebagai orientasi masa depan dan perencanaan karir mereka. Fenomena ini juga didukung oleh hasil *screening* yang dilakukan oleh peneliti tentang minat remaja yang ingin menjadi *content creator/influencer*. Berdasarkan hasil *screening* awal yang dilakukan peneliti dimulai pada tanggal; 18-22 September 2019 pada remaja di Samarinda mulai dari siswa SMP, siswa SMK Jurusan Teknik Komputer. Dan Mahasiswa jurusan Ilmu Teknologi dengan menggunakan kuesioner pertanyaan tertutup untuk mengetahui seberapa besar minat remaja untuk berprofesi menjadi *content creator/influencer*, diperoleh data dengan persentase sebagai berikut Setelah berpisah mungkin beberapa orangtua ada yang memilih untuk hidup sendiri merawat anak-anaknya, namun ada pula orangtua yang mencari pengganti atau pendamping hidup setelah berpisah dengan pasangan terdahulu, untuk dapat seimbang dalam membimbing anak-anak dikemudian hari. Menerima dan menyesuaikan diri terhadap orangtua baru atau orangtua tiri tidak semudah yang dibayangkan. Beberapa anak hingga dewasa awal terkadang masih tidak dapat menerima kehadiran seseorang yang baru dikehidupan mereka oleh karena itu peneliti ingin mencoba membuat skrining awal untuk mengetahui bahwa studi kasus ini sangat penting untuk diteliti. Skrining awal menggunakan faktor-faktor yang terdapat pada penyesuaian diri. Peneliti membagikan skrining awal dengan menyebarkan angket dengan 10 pertanyaan didalamnya melalui sosial media yang dilakukan 15 subjek yang memiliki kasus yakni individu dewasa awal yang memiliki orangtua tiri, sebagai berikut:

Tabel 1. Persentase Remaja di Samarinda yang ingin berprofesi menjadi Content creator

No Pernyataan	Jawaban	Jumlah	Persentase
1. Apakah Anda ingin menjadi Content creator /Influencer?	Ya	48 remaja	80%
	Tidak	12 remaja	20%

Terdapat beberapa capaian aspek dalam pembentukan orientasi masa depan, pertama tahap motivasi yang merupakan tahap awal di dalamnya mencakup alasan, ketertarikan, dan tujuan terkait. Selain itu, terdapat aspek perencanaan dimana remaja mulai membuat tahapan rancangan karirnya dan kemungkinan tercapainya tujuan pribadi tersebut. Aspek ketiga adalah evaluasi dimana individu merenungkan kembali mengenai kemungkinan-kemungkinan tersebut (Desmita, 2010). Berbagai faktor yang mempengaruhinya adalah kepribadian, kematangan kognitif, kebutuhan berprestasi, konsep diri, dan juga kondisi lingkungan.

Ketika individu mulai memikirkan hal yang ingin dicapai pada masa yang akan datang, individu juga mulai merangkai tahap perencanaan karirnya, seperti mulai memahami akan bakat, minat, potensi, dan keterbatasan yang dimiliki. Selanjutnya memahami syarat-syarat yang menjadi acuan dalam mencapai kesuksesan pada bidang pekerjaan yang dijalani, lalu muncul buah pemikiran dalam merancang, mempertimbangkan bidang pekerjaan tersebut dan tingkat pendidikan selanjutnya yang harus dijalani. (Winkel & Hastuti, 2006). Menurut Stepen P. Robins (2011) pada dasarnya kemampuan individu didasari oleh dua asas yaitu asas kemampuan berpikir dimana kemampuan ini sangat diperlukan dalam menjalankan kegiatan sosial, dan kemampuan fisik yang mana sangat diperlukan dalam menjalankan kegiatan yang membutuhkan energy lebih. Lalu karir sendiri merupakan tahapam capaian kehidupan setiap individu untuk menunjukan posisi dan jabatannya, dimana remaja akan bekerja dengan senang hati bila

melakukan hal yang rutin namun tetap sesuai minat dan kemampuannya.

Profesi Content Creator sendiri pada dasarnya menjadi sebuah fenomena karena intensitas penggunaan media sosial dikalangan masyarakat semakin tinggi pada saat ini terutama pada bidang industri kreatif. Content creator sendiri dapat dibagi menjadi beberapa profesi spesifik, yakni Selebgram, Influencer, Youtuber, Beauty Vlogger, Food Vlogger, Endorser, Travel Blogger, dan masih banyak lainnya (MLDSPOT, 2017). Pemanfaatan media sosial oleh Generasi Z juga sekaligus menjadi metode terbaru untuk meningkatkan *personal branding*. *Personal branding* adalah ciri khas yang melekat pada karakter diri seseorang di mata masyarakat meliputi kepribadian, keahlian, *passion*, gaya hidup, maupun hobi yang dilakukan (Haroen, 2016). Media sosial menjadi sebuah *platform* yang memperkenalkan Generasi Z dalam membangun *personal branding*, maupun mencari pedoman dalam mengikuti gaya hidup tertentu berdasarkan trend yang berkembang di masyarakat.

Content creator adalah suatu aktivitas dari bidang pekerjaan dalam membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara. Sasaran konten tersebut dibuat untuk media, khususnya media *digital*, seperti Youtube, Instagram, Blogger, dan berbagai *platform* media sosial lainnya (Sayugi, 2018). Selanjutnya, seiring berjalan waktu, kini content creator perlu memiliki keahlian khusus. Terlebih lagi, kini para pengguna media sosial sudah beralih menggunakan aplikasi berbasis kemajuan teknologi ini sebagai peluang berbisnis, pembentukan *product branding*, *personal branding*, dan *corporate branding* (Amelia

Yusti & Wulan, 2019). Kini *content creator* merupakan sebuah aktivitas *trendy* yang sedang menggerogoti dunia *digital* peradaban 2000, khususnya di media sosial *Instagram* (Sundawa, 2018). Hal tersebutlah yang mendasari tingkatnya para remaja yang ingin terjun di bidang ini. Berkembangnya teknologi internet mendukung berbagai macam aplikasi media sosial yang menyebabkan rasa candu dan obsesi untuk terus diperhatikan bagi para penggunanya sehingga menyebabkan penggunaan media sosial di Indonesia semakin lama semakin bertumbuh sangat pesat, dan diperkirakan akan terus bertambah setiap tahunnya.

Bermunculannya *content creator* muda yang kreatif dan bersedia untuk selalu inovatif dengan memanfaatkan *platform* media sosial seperti *Instagram*, dan *Youtube* untuk menambah penghasilan. Hal ini sukses menjadikan sebutan *content creator* menjadi ladang pekerjaan atau profesi yang menjanjikan bagi remaja untuk mendapatkan segala keuntungan di era serba digital saat ini. Menurut Nurmi (2009) mengungkapkan bahwa orientasi masa depan merupakan gambaran kegiatan yang dibayangkan oleh individu tentang dirinya sendiri dalam konteks masa depan. Hal tersebut juga menjadi salah satu faktor bagi remaja dalam menentukan orientasi masa depan dan perencanaan karir mereka.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Moleong (2010), mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berfokus untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, motivasi, tindakan, dan lain-lain, pada suatu konteks *detail* yang dengan memanfaatkan metode alamiah dari subjek itu sendiri. Menurut Sugiyono (2012),

penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berorientasi pada filsafah postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti objek alamiah.

Penelitian fenomenologi berorientasi untuk memahami, mencari informasi lebih dalam dan teliti, dan menjabarkan arti dan peristiwa-peristiwa, dan hubungan dengan orang-orang yang biasa dalam situasi tertentu. Ini biasa disebut dengan penelitian kualitatif dengan menggunakan tindakan pengamatan terhadap fenomena-fenomena atau gejala-gejala sosial yang berdasarkan kenyataan di lapangan (*empiris*) (Iskandar, 2008).

Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini yaitu 4 remaja *Content Creator* dengan rentang usia 18-22 tahun., adapun rincian subjek terdiri dari subjek S, subjek N, subjek P, dan subjek A. Dalam menetapkan subjek, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini digunakan karena pemilihan subjek penelitian berdasarkan atas karakteristik tertentu yang dipandang mempunyai kaitan erat dengan ciri- ciri atau sifat populasi dalam memenuhi tujuan-tujuan yang telah ditetapkan (Creswell, 2013).

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Secara khusus subjek yang terlibat dalam penelitian ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Seorang remaja dengan rentang usia 11-22 tahun.
2. Berprofesi sebagai pelajar SMP, SMA, dan Mahasiswa.
3. Memiliki akun *Instagram* yang aktif.
4. Memiliki *channel Youtube*.
5. Bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian secara aktif.

Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dan data yang

didapatkan harus *detail*, jelas, dan nyata. Selanjutnya dijelaskan oleh Sugiyono (2012) bahwa pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara.

Metode observasi atau pengamatan dilakukan dengan tujuan mendapatkan data dan suatu masalah secara visual, sehingga diperoleh pemahaman terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Selanjutnya, metode wawancara Wawancara yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara dengan bentuk terstruktur. Peneliti telah merancang berbagai macam pertanyaan yang akan diajukan ketika proses wawancara berlangsung. Wawancara dilakukan agar peneliti mendapatkan informasi dari narasumber yang terpercaya.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data kualitatif memiliki beberapa prosedur yang baku. Langkah-langkah yang diambil dalam analisis data kualitatif menurut Creswell (2016) adalah sebagai berikut:

1. Mengolah data
2. Membaca data secara menyeluruh
3. Coding data dengan analisa
4. Deskripsi setting, kategori dan karakteristik subjek
5. Disajikan dalam bentuk narasi atau kualitatif
6. Memaknai data

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menjadi viral dan dikenal banyak orang merupakan fenomena baru pada era ini, terutama para remaja yang dihiasi banyak ide-ide kreatif dan terbilang mengikuti zaman.

Fenomena ini didasari perilaku komunikasi dalam bermedia menggunakan

media baru dalam bentuk internet dan media sosial mulai menggeser posisi media lama dalam penyampaian informasi Keinginan para remaja ini sejalan dengan orientasi masa depan mereka, dimana remaja mulai memiliki gambaran tentang jadi apa dirinya dimasa yang akan datang (Nurmi, 2010). Tujuan yang dimiliki masing-masing individu dipengaruhi oleh kebutuhan dan dorongan dari dalam diri untuk memili prestasi atau pencapaian yang dapat dibanggakan baik bagi dirinya sendiri maupun lingkungan sekitarnya. Keempat subjek yaitu S, N, P, dan A memiliki persepsi masing-masing terkait orientasi masa depan dan perencanaan karir yang mereka sedang jalani.

Dalam sesi wawancara subjek S menuturkan bahwa dirinya memiliki kebanggaan tersendiri ketika kegiatannya sebagai *content creator* membuka peluang dalam menoreh prestasi salah satu contohnya menjadi narasumber bahkan juri pada setiap kesempatan. Dengan begitu dapat dikatakan, subjek S memenuhi aspek motivasi dalam menentukan orientasi masa depannya.

Selanjutnya menurut Nurmi (2015) salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menciptakan motivasi dalam dirinya adalah, kebutuhan untuk berprestasi dimana tujuan tersebut ditetapkan karena sangat dipengaruhi oleh kebutuhan dan dorongan dalam diri seseorang. Berkat konten yang disukai banyak orang, secara perlahan subjek pun mendapatkan banyak kesempatan kerjasama dari berbagai pihak baik yang bersifat akademik maupun komersil. Selama berkegiatan dalam dunia pembuatan suatu karya, S merasa hal tersebut mengantarkan dirinya pada hal yang ingin dilakukan di masa yang akan datang, dengan semakin banyak perhatian yang tertuju padanya, membuat S menangkap suatu kesempatan untuk mengembangkan kemampuan dirinya di bidang yang lebih kompleks.

Hingga hari ini, S sudah berhasil membuka cabang usaha yang berbeda-beda mulai dari bisnis fotografi, kuliner, dan kelas dakwah. Hal ini memenuhi aspek perencanaan karir menurut Hastuti (2006) dimana individu mulai paham akan minat yang ada dalam dirinya dan dapat melihat minat tersebut sebagai nilai potensi yang bisa dimanfaatkan untuk pengembangan karir dan prestasi akademiknya. Faktor nilai-nilai kehidupan juga dapat menjadi acuan seseorang untuk mempunyai pedoman dalam hidupnya, dan terus merefleksikan diri untuk memperdalam pengetahuan dan pemahaman akan diri sendiri.

Subjek N sangat interaktif dengan penontonnya. Kritik dan saran yang dirinya terima dari para penontonnya menjadikan hal tersebut sebagai penyemangat untuk terus menyajikan konten yang lebih baik dari waktu ke waktu. Melalui interaksinya yang dapat dikatakan cukup aktif dalam berinteraksi dengan *followersnya* membuat subjek N memenuhi aspek orientasi masa depan pada poin pembahasan motivasi dan evaluasi. Terdapat unsur *value* dalam diri subjek yang kemudian membentuk *personal goals* yang ingin diraih terkait karirnya, subjek juga menerapkan poin evaluasi apakah tujuan yang telah dibuat dapat direalisasikan.

Kolesovs (2013) menuturkan orientasi masa depan memungkinkan seseorang terkhususnya remaja untuk berasosiasi dengan budaya, dan lebih jelasnya pada penelitian yang dilakukan remaja perempuan lebih memiliki orientasi masa depan yang tinggi. Rasa semangat semakin membara dalam dirinya karena N dapat menghasilkan pemasukan dari hobi sekaligus profesinya tersebut. Subjek N juga menuturkan ingin menjadi pribadi yang *update* akan hal-hal baru di media sosial. Subjek N merasa senang apabila dirinya dapat mengikuti *trend* yang selalu baru dari berbagai *platform* media sosial.

Namun di sisi lain, subjek N belum

cukup memenuhi aspek poin perencanaan karir yang meliputi pemahaman diri sendiri, pengetahuan dan pemahaman dunia kerja, dan penalaran realistis. Hal tersebut dapat terlihat pada skema hasil penelitian ketika subjek N menuturkan bahwa dirinya masih belum merasa bisa mengontrol dirinya pada situasi-situasi tertentu. Subjek N belum mempunyai banyak pengalaman bekerja sama di bidang profesional yang berhubungan dunia konten.

Sedangkan pada subjek P, keadaan ekonomi adalah hal awal yang mendorong dirinya mulai terjun di dunia pembuatan konten, pada tahun 2015 menurut P saat itu belum banyak orang-orang yang berprofesi sebagai *content creator* sehingga persaingannya tidak seketat saat ini. Seiring waktu berjalan kualitas yang dimiliki pun semakin meningkat hingga dirinya bisa bernaung di salah satu manajemen para *content creator* di Samarinda. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang dikatakan oleh Bernadin dan Russel (1983) dimana usaha yang dilakukan seseorang yang telah memahami akan keterampilan, minat dan peluang untuk mengklasifikasikan tujuan pada karir yang terkait. Faktor taraf sosial dan ekonomi keluarga juga mempengaruhi perencanaan karir seseorang dimana anak-anak berpartisipasi dalam status sosial ekonomi keluarganya. Hal ini diperkuat dengan pernyataan subjek P yang ingin meningkatkan status sosialnya sebagai *content creator* yang dikenal orang banyak. Pada nilai orientasi masa depan, subjek P memperlihatkan aspek yang dominan yaitu motivasi, perencanaan, dan evaluasi yang dilihat dari rutinitas sehari-harinya sebagai *content creator*. Subjek P merasa bersemangat untuk meningkatkan kualitas kontennya agar semakin banyak kesempatan yang datang dengan *client* dari berbagai *brand*. Menurut Beal (2011) menentukan gambaran orientasi masa depan adalah salah satu aksi untuk mencapai tujuan kegiatan semasa hidup dimasa yang akan datang.

Pada subjek A, berbagai macam pengalaman yang pernah dijalani baik lewat kontes perlombaan, program pertukaran pelajar, dan lainnya. Mengantarkan subjek A dipercaya menjadi *Brand Ambassador* oleh beberapa komunitas. Hal tersebut amat mendukung subjek A dalam mengembangkan diri dan merencanakan karirnya dimasa depan, terbiasa terjun di lingkungan profesional membuat A secara tidak langsung jadi banyak belajar cara memberikan pengaruh positif bagi banyaknya orang yang sering mengikuti kegiatan sehari-harinya lewat media sosial. Wujud dari aspek yang terpenuhi adalah motivasi dan perencanaan dimana remaja dapat mewujudkan minat dan tujuan mereka pada satu kegiatan karir tertentu. Seseorang yang berhasil dalam memfokuskan orientasi masa depannya akan cenderung lebih sukses dan mempunyai gambaran tujuan hidup jangka panjang untuk dirinya sendiri. Individu seperti ini dapat meningkatkan tujuan yang lebih besar ke tahapan yang lebih *detail* semakin banyak tujuan yang tercapai akan semakin menimbulkan kesadaran diri untuk mempunyai orientasi masa depan (Nurmi, 2004).

Personal branding yang dibangun subjek A terbilang cukup berhasil, seiring semakin bertambahnya kemampuan A dalam membuat konten yang menarik. Hasil kerja kerasnya tersebut dapat dilihat bukti nyatanya dari tim belakang layar yang berhasil dirinya bentuk sendiri, dan hasil yang dirinya peroleh dalam bentuk pencapaian membangun rumah pribadi, membangun studio syutingnya sendiri, serta membuka lapangan pekerjaan baru bagi orang-orang sekitarnya. Menurut Dessler (1997) tercapainya tujuan karir seseorang ditandai oleh adanya tujuan yang jelas, cita-cita yang jelas terhadap pekerjaan yang ingin dilakukan, serta dorongan untuk menjalani bidang pekerjaan yang dikuasai. Faktor yang mempengaruhinya adalah penalaran yang

realistis pada pada dirinya sendiri dan lingkungan, dan kemampuan mengelompokkan pekerjaan yang disukai.

Dengan demikian pada pembahasan ini dapat terlihat bahwa subjek S, N, P dan A memiliki gambaran orientasi masa depan yang berbeda baik dari segi aspek maupun faktor yang mempengaruhinya. Begitu juga pada aspek perencanaan karir subjek S, P, dan A perencanaan karir yang begitu terlihat dari ketiganya, didasari oleh pengalaman yang cukup banyak dari rekam jejak kegiatan mereka sebagai *content creator*. Sedangkan pada subjek N, dirasa membutuhkan lebih banyak pengalaman menjalin kerjasama dengan pihak-pihak profesional. Pada bagian lainnya, peneliti ingin sedikit menambahkan hambatan yang dialami selama memenuhi tugas penelitian akhir ini, dimana beberapa subjek mengundurkan diri ditengah proses penelitian. Sehingga mengakibatkan penelitian ini terbilang cukup memakan waktu lama untuk diselesaikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gambaran orientasi masa depan yang dominan pada subjek S adalah ketiga aspek yang meliputi motivasi. Subjek S merasa sumber ketertarikannya adalah menyajikan konten bermanfaat melalui gaya dakwah masa kini anak muda, tujuannya agar konten yang disajikan dapat di apresiasi terhadap semua orang yang menonton videonya. Subjek S pun sudah memiliki prioritas *platform* media sosial yang digunakan untuk setiap kontennya. Gambaran perencanaan karir pada subjek S tergambar pada aspek pengetahuan dan pemahaman diri sendiri, subjek S mengetahui hal apa yang harus dilakukan ketika mengalami hambatan dalam membuat konten, saat

- kekurangan ide S akan mengambil kesempatan tersebut untuk mengevaluasi dirinya agar bisa lebih berkembang dengan ide yang baru.
2. Subjek N yang bisa dikatakan masih baru dalam menekuni bidang pembuatan konten, memiliki motivasi dan ambisi yang tinggi untuk terus mengembangkan bakat dan minatnya dalam dunia musik menjadi konten yang menarik untuk disaksikan banyak orang. Pada poin perencanaan karir subjek N belum bisa memenuhi beberapa aspek perencanaan karir dikarenakan dirinya merasa belum menemukan solusi dari beberapa hambatan yang dialami seperti *mood* yang kurang sesuai dengan lagu yang akan dinyanyikan dan hambatan pada kualitas peralatan yang dimiliki yaitu ruang penyimpanan yang sering tidak cukup pada *smartphone* yang N miliki. Gambaran aspek penalaran realistik subjek N mengatakan bahwa latar belakang pendidikan bukanlah menjadi faktor utama untuk bisa menjadi *content creator*, yang utama menurut N adalah tekad dan konsisten dalam bidang ini.
 3. Subjek P memiliki antusiasme yang tinggi untuk meningkatkan taraf sosial-ekonominya. Pada aspek perencanaan karir, P sudah memahami apa saja yang perlu dipersiapkan secara keseluruhan dalam proses pemenuhan tujuan karirnya. Gambaran perencanaan karir pada aspek pengetahuan dan pemahaman diri sendiri, subjek P sedang mencoba keluar dari zona nyaman dari *platform online* sebelumnya yaitu ke *Instagram*, P berfokus untuk mengembangkan konten *Youtubena* yang bertujuan untuk mendapatkan penghasilan dari *Youtube* dengan rutin membuat konten. Dengan menjadikan profesi *content creator* ini sebagai salah satu sumber mata pencahariannya subjek P menuturkan bahwa dirinya percaya kegiatan ini dapat disebut sebagai profesi dan mendukung penuh generasi muda untuk mempunyai cita-cita sebagai *influencer, Youtuber, atau content creator* asalkan dibarengi dengan niat dan terus berusaha juga tidak pantang menyerah.
 4. Subjek A mempunyai latar belakang sebagai tokoh masyarakat terutama anak muda, melalui berbagai prestasi yang didapatkannya mulai dari dunia *modelling*, dan Puteri Duta Kalimantan Timur, mengantarkan subjek A didapuk menjadi *Brand Ambassador* berbagai *brand*, dan sering menjadi pemateri diberbagai kesempatan acara. Hal ini mengantarkan A menjadi salah satu panutan anak muda di Samarinda, berkat namanya yang semakin dikenal ini pula muncul motivasi dari subjek A untuk membagikan ilmunya ke masyarakat luas melalui media sosialnya. Motivasi subjek A tergambarkan ketika dirinya ingin menjadi contoh yang baik untuk orang banyak. Aspek perencanaan karir pada subjek A pun terbilang cukup matang, dimana kini dirinya sudah mempunyai tim yang mempermudah dirinya untuk membuat konten dan menghemat waktu diberbagai kegiatannya yang cukup padat. Subjek A merasa bersyukur dengan pencapaiannya pada titik ini. Melalui aspek pengetahuan dan pemahaman dunia kerja subjek A pun sangat memperhitungkan hal tersebut, salah satunya dengan menyiapkan kesepakatan kerja sama atau lembar kontrak dengan klien. Subjek A melihat jumlah dari pengguna media sosial terus bertambah seiring waktu, hal tersebut juga bersamaan dengan meningkatnya keinginan untuk menjadi seorang *creator*.
 5. Keempat subjek *creator* dari berbagai latar belakang yang berbeda-beda dalam memulai dunia pembuatan konten ini dapat menjalani profesi mereka karena gambaran Orientasi Masa Depan dan Perencanaan Karir yang dipersiapkan, yaitu: a) motivasi yang dimiliki, b) perencanaan sebelum membuat suatu konten, c) evaluasi, d) pengetahuan dan

pemahaman kemampuan dirinya sendiri, e) pengetahuan dan pemahaman dalam profesi ini, f) penalaran realistis terhadap suatu profesi zaman sekarang yaitu *content creator*.

Menurut Filmore (2017), motivasi sangat diperlukan untuk membangkitkan semangat mendorong individu untuk mencapai tujuan tertentu. Sejalan dengan hasrat untuk berpretasi, pemikiran tersebut harus diwujudkan oleh beberapa hal yaitu perencanaan dan evaluasi. Hal yang akan dilakukan dimasa yang akan datang termasuk kedalam tahapan perencanaan yang dibutuhkan agar seseorang bisa mencapai target hidupnya (Rustiadi, 2010). Proses seseorang dalam mencapai tujuannya memiliki alur yang berbeda, oleh karena itu penting adanya seseorang mengevaluasi kembali hal-hal yang sudah dilalui. Menurut Lukum (2015), nilai evaluasi adalah tindakan meninjau kembali tujuan dari kegiatan mengumpulkan data, menganalisis, dan membuat keputusan.

Sangat penting juga bagi seseorang mengetahui dan mencari informasi sebanyak mungkin terkait bidang profesi yang akan dijalani, dan melihat bagaimana lingkungan kerja disekitarnya. Menurut Leong (2008), kemampuan individu dalam mencari informasi mengenai minat, kemampuan, nilai dan tipe kepribadian termasuk pada suatu aspek kemampuan memahami diri sendiri. Seseorang dapat menjelajahi dunia karirnya yang mempunyai kemungkinan menggunakan sumber daya yang beragam, seperti kondisi pekerjaan, peluang pekerjaan dan hasrat ingin maju (Cybers, 2012).

Setelah itu seseorang dapat memilih suatu perencanaan untuk jenjang karir yang mempertimbangkan aspek pemahaman dan pengetahuan diri yang seseorang miliki dengan pengetahuan

dan pemahaman dunia kerja (Parsons, 2014). Hasil kesimpulan yang didapatkan peneliti pun berbeda-beda karena masing-masing *creator* memiliki pandangan, tujuan, dan penalaran yang berbeda sesuai dengan tema kontennya sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah. 2011. Pengaruh dukungan orangtua terhadap masa depan dalam area pekerjaan pada remaja. *Jurnal psikologi*. 4(1). 132-142.
- Arief, F. 2015. Pengaruh kelompok refrensi dan efikasi diri terhadap pengambilan keputusan dalam memilih karir. *Ejournal Psikologi*. 4(1). 731-740.
- Budiastuti, T. 2019. *Hubungan orientasi masa depan dan dukungan orangtua dengan pengambilan keputusan karir siswa SMK*. (naskah publikasi): Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Desmita. 2010. *Psikologi perkembangan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hasan. 2002. *Teori pengambilan keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hurlock, B. E. 2006. *Perkembangan Anak*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jahja, Y. 2011. *Psikologi perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Lewis, C. C. 1981. How adolescents approach decisions: changes over grades seven to twelve and policy implications. *Child development*. 53. 538-544.
- Nurmi, J. E. 2004. How do adolescents see their future. *A review of the development of future orientation and planning*. 1-59.
- Parsons, W. 2008. *Public policy: an introduction to the theory and practice of policy analysis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Santrock, J. W. 2012. *Life-span development 13th edition*. Dallas: McGraw Hill.
- Seginer, R. 2009. *Future orientation: developmental and ecological*

- perspectives. University of Haifa. Israel: Springer.
- Setiyowati, E. 2015. *Hubungan efektifitas bimbingan karir dan orientasi masa depan dengan keputusan karir remaja*. (naskah publikasi): Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Siagian, S. P. 2003. *Teori pengambilan keputusan*. Jakarta: CV Haji Mas Agung.
- Sugiyono. 2015. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2005. *Teknik pengambilan keputusan*. (edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Syarianna, D. R. 2020. *Peran content creator dalam menciptakan konten digital marketing*. (naskah publikasi): Universitas Multimedia Nusantara.
- Syafaruddin & Anzizhan. 2004. *Sistem pengambilan keputusan pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Tarmidi & Rambe, A. R. R. 2010. Korelasi antara dukungan sosial orangtua dan self-dorected learning pada siswa SMA. *Jurnal Psikologi*. Vol 37(2): 216-223
- Winkel, W. S. & Hastuti, S. 2006. *Bimbingan dan konseling di institusi pendidikan*. Jakarta: Pt. BBK Gunung Mulia.
- Yulianah, D. 2019. *Peran content creator social media instagram di PT. Media Mahakarya Jakarta*. (naskah publikasi): Universitas Sebelas Maret.
- Yusuf, S. 2002. *Psikologi perkembangan anak dan remaja*. Jakarta: Rosda.
- Zulaikhah, N. 2014. *Hubungan antara dukungan orangtua dan orientasi karir dengan pengambilan keputusan studi lanjut*. (naskah publikasi): Universitas Muhammadiyah Surakarta.