

PEMANFAATAN “PODCAST” SEBAGAI MEDIA MOTIVASI MAHASISWA TERKAIT ORIENTASI MASA DEPAN DAN ASPIRASI KARIR

Winda Dwi Astuti Zebua^{1*} Tanaya Sella Julyana²

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

* Penulis Korespondensi : winda.dwiastuti@umj.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilatar belakangi oleh tingginya tingkat kompetitif di dunia kerja saat ini, serta pentingnya untuk mengembangkan orientasi masa depan dan aspirasi karir bagi kalangan mahasiswa ataupun calon sarjana. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memotivasi mahasiswa terkait orientasi masa depan dan aspirasi karir agar mahasiswa lebih siap menghadapi masa depan mereka dan meraih cita-citanya. Dalam pelaksanaannya kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui empat tahap yaitu pembentukan tim, persiapan konsep, produksi konten podcast dan terakhir evaluasi. Hasil dari pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa perlu dilakukan motivasi dan pengembangan orientasi masa dengan serta memberikan gambaran-gambaran aspirasi karir, hal ini dibuktikan dari tanggapan dari beberapa audien podcast tersebut. Kemudian dari kegiatan pengabdian ini juga dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat bisa dilaksanakan dengan berbagai cara serta media, seperti pemanfaatan podcast dan media social.

Kata kunci: *Aspirasi karir, pengabdian masyarakat, orientasi masa depan, podcast*

Abstract

This community service activity is motivated by the competitive level in today's world of work, as well as the importance of developing future orientation and career aspirations for students or prospective undergraduates. The purpose of this community service activity is to motivate students regarding future orientation and aspirations so that students are better prepared to face the future and achieve their goals. In its implementation, this service activity is carried out through four stages, namely team formation, concept preparation, podcast content production and final evaluation. The results of this community service show that it is necessary to motivate and develop mass orientation by providing descriptions of career aspirations, this is evidenced by the responses from several listeners of the podcast. Then from this service activity, it can also be concluded that community service can be carried out in various ways and media, such as the use of podcasts and social media.

Keywords: *Career aspirations, community service, future orientation, podcast*

1. PENDAHULUAN

Di pasar tenaga kerja yang kompetitif saat ini, semakin menantang bagi institusi pendidikan tinggi termasuk Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ), khususnya Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik untuk menghasilkan lulusan yang siap kerja. Salah satu pendekatan yang paling efektif untuk mempersiapkan siswa atau mahasiswa untuk

pekerjaan adalah untuk menciptakan dan mengembangkan aspirasi karir dan orientasi masa depan masing-masing dari mereka. Kemudian juga dibutuhkan tujuan karir yang memotivasi dan menginspirasi para mahasiswa sehubungan dengan kemampuan kerja dan karir masa depan mereka.

Sebelumnya menjabarkan tentang aspirasi karir maka, akan dipaparkan terlebih dahulu terkait orientasi masa depan (OMD). Orientasi masa depan

menjadi hal yang penting untuk kalangan mahasiswa. Dengan orientasi masa depan yang jelas maka para mahasiswa akan mampu menata rencana kegiatan maupun usaha untuk mencapai cita-cita mereka harapkan. Orientasi masa depan yang jelas juga akan menjadi dorongan atau motivasi belajar dan berkembang mahasiswa seperti halnya aktif berorganisasi dan juga melatih *soft skill*.

Mahasiswa juga digolongkan masuk ke dalam usia dewasa muda. Yang mana menurut Rice dalam (Gloria A. Tangkeallo et al., 2014) bahwa golongan usia dewasa muda ini memiliki beberapa tugas maupun tanggung jawab, salah satunya adalah mempersiapkan masa depan seperti karir mereka di waktu akan datang. Biasanya kalangan mahasiswa memiliki hasrat dan segudang ide yang ingin mereka aktualisasikan, yang mana ide maupun pemikiran tersebut didapat dari proses sosialisasi maupun aktivitas belajar di dalam kelas kampus masing-masing.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa para sarjana bahwa masa depan ataupun karir yang berkaitan dengan jurusan mereka di masa perkuliahan menjadi salah satu hal yang menjadi beban pikiran dan kekhawatiran mereka, bahkan tidak sedikit yang bingung untuk menentukan pilihan dan mengambil keputusan karir dan langkah masa depan (Gloria A. Tangkeallo et al., 2014)

Orientasi masa depan digunakan untuk menguji pemikiran dan perencanaan individu terhadap masa depan (Nurmi, 1991; Liu et al., 2010). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keyakinan individu dalam realisasi tujuan dan sikap optimis terhadap masa depan juga bertindak sebagai faktor pelindung yang membantu individu yang kurang beruntung mengatasi kesulitan dan memperoleh hasil adaptif (J. J. Chen & Liu, 2021)

Orientasi masa depan juga dijelaskan sebagai kemampuan untuk merancang kehidupan di masa akan datang dan menjadi hal dasar dalam pemikiran individu (B. Bin Chen & Kruger, 2017). Selain itu pendapat lain juga mengatakan bahwa orientasi masa depan merupakan kemampuan individu untuk memproyeksikan dirinya di masa datang dan cerminan tersebut akan sangat membantu masing-masing individu menentukan jalan ataupun langkah mereka untuk dapat meraih cita-cita ataupun harapan yang diinginkan di masa depan tersebut (Thelken & de Jong, 2020). Untuk mewujudkan cita-cita atau meraih karir impian tersebut, tidak jarang dari para sarjana merasa kurang yakin akan kemampuannya untuk menentukan sebuah keputusan dan melanjutkan kehidupannya ke masa depan, maka mereka banyak yang kurang kesiapan saat mengawali karir ataupun menjalankan rencana masa depannya. Keyakinan dan pemahaman mendalam tentang peluang masa depan serta kemampuan diri menjadi hal dasar dalam

menghadapi masa depan itu sendiri, sehingga kegalauan maupun tekanan akan jauh berkurang.

Seperti yang sudah disampaikan di atas terdapat beberapa hal yang perlu dikembangkan untuk kesiapan calon sarjana atau mahasiswa dalam menapaki masa depan yang cemerlang, seperti orientasi masa depan dan juga pengembangan aspirasi karir. Dalam penelitian yang berjudul “*The relationship between paternal education, self-esteem, resilience, future orientation, and career aspirations*” menjelaskan bahwa aspirasi karir dianggap sebagai salah satu variabel motivasi terpenting dalam studi psikologi dan pengembangan karir atau orientasi masa depan, serta terhubung dengan tujuan, niat, atau pilihan terkait karir individu (Khampirat, 2020). Aspirasi karir didefinisikan sebagai keinginan dan niat untuk mengejar tujuan pekerjaan melalui proses pengembangan karir tertentu juga dapat mencakup manfaat dan penentu yang signifikan baik tujuan karir jangka pendek dan jangka panjang dan mobilitas karir masa depan.

Aspirasi karir sering dikaitkan dengan agenda politik beberapa negara maju dan berkembang, dengan mobilitas sosial dan peningkatan keterampilan kerja membentuk dasar untuk pertumbuhan ekonomi (Khampirat, 2020)

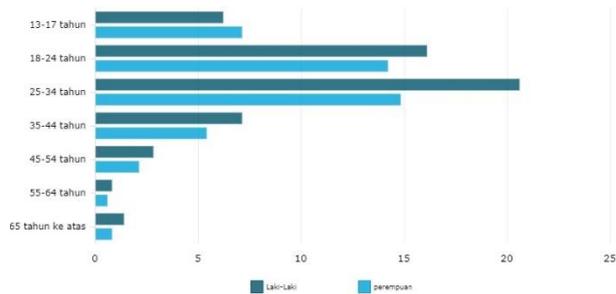
Keberadaan internet dan media digital saat ini juga memberikan pengaruh terhadap orientasi masa depan anak muda termasuk para mahasiswa. Bahkan tidak sedikit kisah sukses ataupun kisah inspiratif yang bisa didapatkan di media digital seperti media social. Selain itu, dengan keberadaan internet dan menjamurnya pengguna internet tersebut, menimbulkan berbagai peluang karir baru, seperti Youtuber, Selebgram dan masih banyak lainnya. Di Indonesia sendiri pengguna internet tidak hanya kalangan dewasa dan remaja, bahkan orang tua dan anak-anak juga banyak sekali.

Internet sendiri adalah infrastruktur teknologi global yang mendukung koneksi digital komputer digital, dan dengan demikian memperluas potensi ekspresifnya untuk menggabungkan fungsi komunikatif jarak jauh (McMullan, 2020). Sebagai jaringan global komputer digital, Internet memperkenalkan berbagai kemampuan komunikatif kepada masyarakat yang terlibat dengannya. Ini mencerminkan keterkaitan setiap orang yang memiliki akses ke Internet, dalam 'infrastruktur terintegrasi untuk distribusi komunikasi satu-ke-satu, satu-ke-banyak, serta banyak-ke-banyak' (Jensen dan Neraka, 2011: 518 dalam McMullan, 2020). Internet juga mendukung praktik dalam mode asinkron dan sinkron – yaitu, baik sebagai penyimpanan dan transmisi langsung dan memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam teks, audio dan video, semudah satu sama lain. Penggunaan internet di Indonesia yang cukup tinggi adalah untuk akses atau berinteraksi di berbagai platform media sosial.



Gambar 1. Data pengguna internet di Indonesia 2021
Sumber: wearesocial.com (2021)

Jika diamati dari Gambar 1 di atas maka dapat kita maknai bahwa lebih dari setengah populasi penduduk di Indonesia aktif menggunakan internet untuk mengakses atau menggunakan media social. Masing-masing individu pengguna media social tersebut juga memiliki berbagai tujuan ataupun agenda, entah itu sekedar mencari informasi, menjalin silaturahmi ataupun berbisnis.

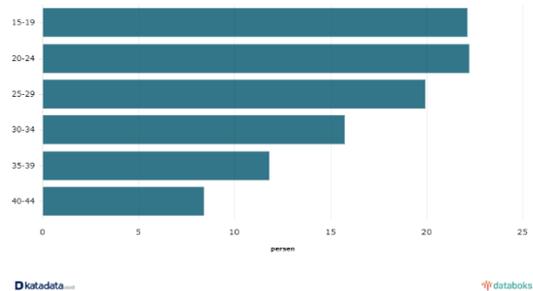


Gambar 2. Pengguna Media Sosial di Indonesia Berdasarkan Umur dan Gender
Sumber: Statista (2020)

Kemudian pada Gambar 2 di atas dipaparkan bahwa jumlah pengguna media sosial didominasi oleh usia 25-34 tahun dan disusul oleh usia 18-24 tahun, yang mana usia ini adalah golongan mahasiswa. Sehingga tidak menutup kemungkinan media social bisa menjadi salah satu media untuk mahasiswa menemukan aspirasi karir serta mengembangkan orientasi masa depan. Sudah banyak penelitian yang menunjukkan bahwa media social cukup berpengaruh terhadap kehidupan para mahasiswa atau individu usia dewasa muda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Marlianto et al., 2016) menunjukkan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh penggunaan media social terhadap kreativitas dan kepribadian mahasiswa di Pontianak.

Di Indonesia sendiri ada banyak platform media sosial yang diakses oleh masyarakat seperti Facebook, Instagram, Youtube, Twitter dan juga beberapa platform yang menyediakan pemutaran

Podcast. Menurut Nielsen (2020) dalam (Lentera Today.com, 2020) *Podcast* menjadi salah satu media social yang sedang digandrungi, khususnya di Indonesia peminatnya sangat potensial. Pada tahun 2020 pengguna ataupun penikmat konten di *Podcast* lebih dari 3,6 juta. Bahkan salah satu platform *Podcast* yaitu Spotify menyatakan bahwa Indonesia menjadi negara dengan perkembangan pengguna atau penikmat *Podcast* yang memiliki perkembangan melaju cepat serta kuat. Jika dilihat dari data usia pengguna atau pendengar *Podcast* di bawah ini pada Gambar 3, diketahui bahwa anak mudalah yang mendominasi.



Gambar 3. Pendengar *Podcast* di Indonesia
Sumber: databoks.katadata.co.id (2020)

Podcasting dimulai pada tahun 2000 ketika Dave Winer menerbitkan versi baru dari Rich Site Summary (RSS) yang memungkinkan file audio digital untuk didistribusikan di *RSS feed*. Pengguna berlangganan *podcast* atau mencari dan memilihnya untuk diunduh, dan file audio dikirimkan ke komputer atau perangkat seluler mereka secara elektronik (Bottomley, 2015). *Podcast* adalah file audio digital, biasanya serangkaian file, yang dapat diunduh melalui internet. Pengguna memilih untuk memutar file menggunakan aplikasi atau layanan web. (Bottomley, 2015)

Pada tahun 2016, Edison Research melakukan survei telepon nasional terhadap orang-orang berusia 12 tahun ke atas untuk lebih memahami audiens *podcast*. Para peneliti menemukan bahwa 55% populasi mengetahui istilah "*podcasting*", dan 36% telah mendengarkan *podcast* (Boling & Hull, 2018).

Pendengar *podcast* pada umumnya termasuk audien yang aktif dan sangat sesuai dengan karakteristik anak muda termasuk mahasiswa yang memang memiliki keingan untuk aktif dalam memilih informasi ataupun hiburan yang akan mereka konsumsi atau nikmati. Pemirsa *podcast* secara inheren aktif karena untuk mendengarkan *podcast*, pengguna harus memilih, mengunduh, dan memutar episode. Pada tahun 1988, Williams, Rice, dan Rogers menggambarkan tiga dimensi media baru yang dapat diterapkan pada penggunaan *podcast* saat ini. Yang pertama dari dimensi ini adalah interaktivitas. Williams et al., mendefinisikan interaktivitas sebagai

"sejauh mana peserta dalam proses komunikasi memiliki kendali atas, dan dapat bertukar peran dalam, wacana bersama mereka"(Boling & Hull, 2018) Pendengar *podcast* memiliki control seperti, kemampuan untuk memilih apa, kapan, dan bagaimana dalam kaitannya dengan konsumsi media.

Di Prodi Ilmu Komunikasi sendiri khususnya lembaga Himpunan Mahasiswa Komunikasi (Himakom) hingga saat ini telah berhasil mengelola dan mengembangkan berbagai platform media social termasuk *podcast* untuk saling berbagi informasi dan juga bertukar pikiran. Tidak jarang dalam membuat konten *podcast* tersebut mereka mengundang narasumber yang memang kredibel dan relevan dalam membahas topik yang akan disebarluaskan.

Dari penjabaran data ataupun fakta di atas menjadi latar belakang untuk memanfaatkan *podcast* sebagai media motivasi mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP UMJ terkait orientasi masa depan dan juga aspirasi karir. Meskipun pada praktiknya konten *podcast* tersebut tidak hanya dapat diakses atau didengar oleh mahasiswa FISIP UMJ, tetapi juga bisa dinikmati dan memberikan manfaat kepada masyarakat luas.

2. BAHAN DAN METODE

Target audien atau saran dari kegiatan pengabdian ini terbagi menjadi yaitu mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UMJ dan juga mahasiswa lain atau masyarakat umum. Pengabdian ini bermitra atau bekerjasama dengan Himpunan Mahasiswa Komunikasi (HIMAKOM) FISIP UMJ. Adapun media atau alat-alat yang digunakan untuk menunjang kelancaran kegiatan ini adalah Laboratorium Radio kampus beserta alat untuk merekam konten *podcast* tersebut, serta perungkat lunak lainnya seperti composer dan juga beberapa platform media social untuk menyebarkan konten *podcast* tersebut.



Gambar 4. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Tahapan pertama yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pembentukan tim, yang terdiri dari Winda Dwi Astuti Zebua selaku ketua tim yang merupakan salah satu dosen di Prodi Ilmu Komunikasi dan juga memiliki riwayat pengalaman karir sebagai staf *digital marketing* dan juga *corporate secretary* di perusahaan swasta. Pengalaman karir tersebut memiliki irisan dengan ilmu komunikasi, sehingga setidaknya bisa menjadi aspirasi karir yang bisa disampaikan kepada target audien nantinya saat *podcast* dibuat. Kemudian anggota tim adalah Tanaya Sella Julyana salah satu mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UMJ yang berprestasi dan juga aktif menjadi penyiar di Radio FISIP UMJ. Diharapkan dengan dibantu oleh Tanaya sesi bincang-bincang untuk *podcast* tersebut akan menjadi lebih menarik untuk didengar. Selain itu Tanaya juga memberikan masukan terkait informasi orientasi masa depan yang dimiliki oleh mahasiswa komunikasi di lingkungan FISIP UMJ.

Tahapan kedua, menyusun proposal pengabdian masyarakat, agar kegiatan yang akan dilaksanakan nantinya lebih terarah. Setelah itu bekerjasama dengan Himakom untuk produksi konten *podcast* dan juga nantinya Himakom akan membantu

mendistribusikan konten *podcast* tersebut disetiap media social yang mereka kelola. Harapannya kerjasama dengan Himakom ini akan memberikan dampak jauh lebih besar serta juga memberikan peluang sebaran konten *podcast* jauh lebih luas. Dalam tahap ini tim juga membuat poin-poin yang akan dibahas pada saat *podcast* nantinya, agar konten *podcast* tetap focus.

Tahap ketiga, melakukan kegiatan produksi konten *podcast* yang dilaksanakan di lantai empat Gedung FISIP UMJ tepatnya di ruang radio yang dibantu oleh anggota Himakom dan juga operator radio tersebut. Setelah mereka diskusi atau bincang-bincang tersebut, maka rekaman audio disunting agar lebih enak didengar dan sesuai dengan platform distribusinya nanti. Setelah disunting barulah konten *podcast* disebarluaskan melalui berbagai platform media social.

Tahap akhir adalah melakukan evaluasi terkait beberapa hal seperti evaluasi terkait keseluruhan kegiatan mulai dari persiapan hingga penyebaran konten *podcast*, kemudian melakukan analisis terkait tingkat engagement di media social khusus pada konten *podcast* tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertajuk “Pemanfaat *Podcast* sebagai Media Motivasi Mahasiswa terkait Orientasi Masa Depan dan Aspirasi Karir”. Kegiatan ini diselenggarakan pada Maret 2021, mulai dari persiapan hingga produksi konten. Seperti yang sudah disampaikan pada bagian metode bahwa kegiatan ini berupa pembuatan konten *podcast* dan disebarluaskan di beberapa platform media social. Konten *podcast* yang dibuat ini dikemas dalam bentuk mini *talkshow*, yang mana Tanaya berperan sebagai host yang akan memandu acara, mulai dari menyapa audien, memperkenalkan narasumber yaitu Winda Dwi Astuti selaku ketua tim kegiatan ini. Kemudian Tanaya memberikan berbagai pertanyaan untuk terkait tema *talkshow* tersebut yaitu orientasi masa dengan dan aspirasi karir untuk mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi khususnya.

Talkshow ini dijalan dengan Bahasa yang santai dan semi formal, mengingat bahwa audien utamanya adalah mahasiswa yang memang lebih menyukai Bahasa yang santai dan istilah-istilah kekinian.

PODCAST “Orientasi masa depan mahasiswa dan aspirasi karir”

🗣️ narasumber : Bu Winda Astusi Zebua

🏠 hosting : Tanaya Shella J

🌟 Opening

🌟 Greetings

Q&A 🗣️

PENGANTAR

1. Ilmu komunikasi kan kalo di terjemahin secara harfiah itu kan ilmu berkomunikasi ya bu? Nah sebenarnya Ilmu Komunikasi itu apasih? apa cuma ilmu ngomong2 doang bu?
2. Apasih yang akan kita dapat dari ilmu komunikasi ini?
3. Ternyata Ilmu Komunikasi ini ada penjurusan nya lagi ya.. ada penjurusan apa lagi bu? masing masing dari penjurusannya berarti saling berkaitan ya bu?
4. Lulusan Ilkom itu harus bisa apasih? skill apa yang akan kita kuasai?
5. emang bener kalo masuk ilkom ini udah pasti jago dan lancar berbicara? / Public Speaking
6. apasih bu kira2 tantangan tersendiri yang akan kita dapat di Ilmu komunikasi?

KARIER

1. Step by step yang harus kita prepare untuk jenjang karir nanti (misal internship dll)
2. Experience apa yang harus udah kita pegang?
3. Dari skill2 yang kita udah bekelin, Sebenarnya divisi- divisi apa yang akan kita temui/ relate?
4. Jenis perusahaan seperti apa yang cocok untuk rumpun Ilkom
5. Job Description yang akan ditemui seperti apa nanti? (In general)
6. Tips menjadi Kandidat Fresh Graduate yang berkualitas (misal perbaiki linked in, cv atau apa)
7. Last, Motto hidup yang selalu memotivasi bu winda apaa?

Gambar 5. Susunan isi konten *Podcast* 1

Dapat dilihat dari Gambar 5 di atas gambaran isi konten ataupun mini *talkshow* yang direkan untuk konten *podcast* tersebut. Jadi, memang tujuan dari pembuatan konten *podcast* ini adalah untuk memotivasi dan memberikan pencerahan kepada para pendengar khususnya mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi agar dapat lebih mengembangkan orientasi masa depan mereka dan juga dapat mempersiapkan diri jauh lebih baik lagi untuk menata karir cemerlang di masa akan datang.

Kegiatan perekaman mini *talkshow* ini berlangsung sekitar 65 menit, dan dilanjutkan dengan proses penyuntingan rekaman audio agar lebih bagus untuk diputar nantinya. Penyuntingan konten ini memakan waktu cukup Panjang sekitar tiga minggu, hingga akhirnya konten *podcast* tersebut bisa didistribusikan di platform Spotify. Pemilihan platform ini karena Spotify memiliki popularitas yang paling tinggi sebagai media distribusi konten *podcast*. Kemudian Himakom juga telah mengelola akun Spotify dengan baik dan punya cukup banyak pendengar. Jadi akan lebih mudah menjangkau pendengar jika akun Spotify yang digunakan memang sudah dikelola dengan baik dan sudah memiliki pendengar yang lumayan banyak.



Gambar 6. Konten *Podcast* yang Didistribusikan di Spotify

Untuk meningkatkan daya tarik audien maka konten *podcast* tersebut diberi judul “Masa Depan Jadi Anak Ilmu Komunikasi”. Pada Gambar 6 tersebut di atas adalah konten *podcast* yang sudah didistribusikan pada akun Spotify Sabiga Himakom. Konten *podcast* pada Spotify tersebut berdurasi 24 menit, diharapkan durasi tersebut dinilai cukup membuat pendengar bertahan tanpa harus mengganti ke konten yang lain. Jika konten *podcast* terlalu Panjang dikhawatirkan audien akan merasa bosan.

Kemudian selain mendistribusikan konten *podcast* ini di Spotify, tim dan mitra Himakom juga mempromosikannya melalui media social lainnya, seperti Instagram Himakom dan juga Instagram masing-masing anggota tim. Tujuan dari promosi ini adalah menambah atau memperluas jangkauan audien, diharapkan semakin banyak dipromosikan semakin banyak pula pendengar dari *podcast* tersebut. Maka semakin banyak pulalah audien yang dapat menerima manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini.



Gambar 7. Promosi Konten *Podcast* pada akun Instagram Himakom

Selanjutnya, hal yang dilakukan oleh tim beserta mitra Himakom adalah melakukan evaluasi baik itu isi konten maupun tingkat penerimaan dan juga tanggapan dari khalayak. Untuk konten sendiri ada beberapa catatan yang dihasilkan yaitu mini *talkshow* yang sudah dibuat cukup bagus akan tetapi masih

perlu pembiasaan agar lebih interaktif dari fresh, meskipun tanggapan dari beberapa khalayak yang anggota tim tanya terkait isi dan kualitas konten, sebagian besar dari mereka menyatakan bahwa isi konten *podcast* bagus dan menarik. Seterusnya adalah evaluasi dari penyebaran promosi serta tanggapan khalayak di media social. Sejauh ini cukup banyak tanggapan positif seperti jumlah like dan juga jumlah audien yang menyebarkan konten tersebut. Akan tetapi promosi mesti harus dimaksimalkan lagi untuk memperoleh audien dan berbagi manfaat lebih banyak lagi.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan memanfaatkan *podcast* ini merupakan salah satu wujud dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pemanfaat media social seperti ini bisa menjadi salah satu jalan untuk tetap melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di tengah peningkatan kasus Covid 19 seperti saat sekarang ini.

Dapat disimpulkan bahwa motivasi mahasiswa terkait orientasi masa depan dan juga aspirasi karir sangat perlu dilakukan demi kesiapan mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja setelah mereka menjadi sarjana nantinya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, terima kasih kepada mitra khususnya yaitu Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMAKOM) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah banyak membantu mulai dari persiapan hingga evaluasi kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Boling, K. S., & Hull, K. (2018). Undisclosed Information—Serial Is My Favorite Murder: Examining Motivations in the True Crime *Podcast* Audience. *Journal of Radio and Audio Media*, 25(1), 92–108. <https://doi.org/10.1080/19376529.2017.1370714>
- Bottomley, A. J. (2015). *Podcasting: A Decade in the Life of a “New” Audio Medium: Introduction*. *Journal of Radio and Audio Media*, 22(2), 164–169. <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1082880>
- Chen, B. Bin, & Kruger, D. (2017). Future orientation as a mediator between perceived environmental cues in likelihood of future success and procrastination. *Personality and Individual Differences*, 108, 128–132. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.12.017>
- Chen, J. J., & Liu, M. F. (2021). Does the Internet Expand the Educational Gap Among Different Social Classes? The Protective Role of Future Orientation. *Frontiers in Psychology*, 12(May),

- 1–8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.647351>
- Gloria A. Tangkeallo, Rijanto Purbojo, & Kartika S. Sitorus. (2014). Hubungan Antara Self-Efficacy Dengan Orientasi Masa Depan Mahasiswa Tingkat Akhir. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 10(Juni), 25–32.
- Khampirat, B. (2020). The relationship between paternal education, self-esteem, resilience, future orientation, and career aspirations. *PLoS ONE*, 15(12 December), 1–17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0243283>
- Lentera Today.com. (2020). *Punya Pasar Kuat di Indonesia, Podcast Antara Hiburan dan Cuan*. Lentera Today.Com. <https://lenteratoday.com/punya-pasar-kuat-di-indonesia-podcast-antara-hiburan-dan-cuan/>
- Marlianto, F., Ramadhani, D., & Permana, R. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kreativitas dan Kepribadian Mahasiswa Pendidikan TIK IKIP PGRI Pontianak. *Jurnal Pendidikan Informatika Dan Sains*, 5(2), 212–226.
- McMullan, J. (2020). A new understanding of ‘New Media’: Online platforms as digital mediums. *Convergence*, 26(2), 287–301. <https://doi.org/10.1177/1354856517738159>
- Thelken, H. N., & de Jong, G. (2020). The impact of values and future orientation on intention formation within sustainable entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 266, 122052. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122052>