

Standar Tiktok Bunuh Minat Kerja Gen Z: Dampak Ekspektasi Ilusi Konten Terhadap Penawaran Tenaga Kerja

Arranesya Disnawa¹, Kayla Nazry Caroline Nazar², Rifqo Hilmi Fisti Anah³,
Alexandra Krist Prasetya⁴, Nina Farliana⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Email: arranesyadisnawa@students.unnes.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital khususnya media sosial seperti Tiktok telah memengaruhi cara pandang Gen Z terhadap dunia kerja melalui berbagai konten yang menampilkan standar kesuksesan instan dan gaya hidup yang ideal. Pengaruh tersebut dapat membentuk ekspektasi kerja yang tidak realistis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh standar Tiktok terhadap minat kerja Gen Z serta dampak ekspektasi ilusi konten terhadap penawaran tenaga kerja. Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka dengan sumber data berupa jurnal, artikel, buku, dan media terkini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Tiktok berperan dalam membentuk ekspektasi, motivasi, dan kesiapan kerja. Namun, ketidaksesuaian antara standar ideal yang terbentuk dan kondisi nyata di pasar kerja dapat menurunkan minat Gen Z terhadap pekerjaan formal serta meningkatkan sikap selektif dalam memilih pekerjaan, meskipun tidak secara langsung mengurangi jumlah penawaran tenaga kerja. Secara keseluruhan, fenomena ini berdampak negatif terhadap kesiapan kerja awal, sekaligus membuka munculnya kreativitas dan alternatif karier baru, sehingga turut mengubah cara pandang Gen Z terhadap makna kerja di era digital.

Kata Kunci: Standar Tiktok, Generasi Z, Ekspektasi Kerja, Iusi Konten, Penawaran Tenaga Kerja.

Abstract

The advantage of digital technology, particularly social media platforms like Tiktok, has influenced Gen Z's perceptions of the work environment through content showcasing instant success standards and ideal lifestyle. This influence shapes unrealistic work expectations. This study aims to analyze the impact of Tiktok standards on Gen Z's work interest and the effect of illusory content expectations on labor supply. Employing a literature review method (library research), data were gathered from journals, articles, books, and recent media social sources. The findings reveal that Tiktok content plays a role in forming work expectation, motivation, and readiness. However, the mismatch between these idealized standards and actual labor market conditions can reduce Gen Z's interest in formal employment and foster excessive selectivity in job choices, although it does not directly diminish the overall labor supply. Overall, this phenomenon negatively affects early work readiness while opening opportunities for creativity and new career alternatives, thereby reshaping Gen Z's perspective on the meaning of work in the digital era.

Keywords: Tiktok Standards, Generation Z, Work Expectations, Content Illusion, Labor Supply.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan yang signifikan terhadap cara generasi muda memperoleh informasi, berinteraksi, dan membentuk

persepsi tentang kehidupan termasuk dalam dunia kerja. Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer di semua kalangan terutama pada Generasi Z. Konten yang diberikan tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga menyebarkan informasi tentang gaya hidup, kesuksesan dan peluang karier. Melalui sistem penayangan konten yang disesuaikan dengan minat pengguna, tayangan tertentu akan secara otomatis keluar terus menerus. Penayangan secara berkala secara tidak langsung akan membentuk cara pandang generasi muda terhadap standar kehidupan yang dianggap ideal.

Dalam kondisi seperti ini, terlihat adanya kecenderungan terbentuknya standar yang berawal dari konten digital. Banyak tayangan yang lebih menonjolkan hasil akhir dibandingkan proses perjuangan di balik kisahnyanya, menimbulkan kesan bahwa kesuksesan bisa dicapai dengan cepat dan tanpa adanya kesulitan. Hal seperti ini mempengaruhi harapan Generasi Z, terutama terkait besarnya gaji, fleksibilitas pekerjaan, kenyamanan dalam bekerja hingga ekspektasi yang terlalu tinggi lainnya. Ketika harapan tersebut tidak sesuai dengan kenyataan di pasar tenaga kerja, maka ada kemungkinan minat terhadap pekerjaan formal menjadi semakin berkurang. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Fahmy & Denny (2024) bahwa kesulitan Generasi Z dalam mendapatkan pekerjaan sebagian besar disebabkan oleh kesenjangan antara keterampilan yang dimiliki dan kebutuhan pasar kerja yang terus berkembang. Perbedaan ekspektasi pekerjaan, tantangan dalam mengadaptasi teknologi terbaru dan kurangnya pengalaman praktis berkontribusi pada kesulitan tersebut.

Cara pandang dan pilihan kerja tentu akan berpengaruh terhadap kondisi tenaga kerja secara umum. Jika harapan yang terbentuk terlalu tinggi tanpa melihat faktor kondisi lapangan, maka keputusan untuk masuk, memilih, dan bertahan dalam suatu pekerjaan juga bisa ikut berubah. Apalagi dalam jangka panjang, hal ini dapat berdampak pada jumlah serta partisipasi tenaga kerja. Berdasarkan kondisi tersebut, kajian ini bertujuan untuk menganalisis apakah konten Tiktok dapat membentuk ekspektasi yang kurang realistis pada Generasi Z, serta bagaimana kondisi tersebut berdampak pada minat dan keputusan mereka dalam menawarkan tenaga kerja. Dengan memahami hal tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai peran media sosial dalam mempengaruhi perilaku ekonomi terutama generasi muda yang hidup di era digital.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Standar Tiktok

Tiktok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang menyajikan beragam konten sesuai minat dan preferensi penggunanya. Platform ini dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi, kreativitas, dan informasi yang berkembang sesuai dengan dinamika zaman. Namun, sebagian konten tiktok seperti paparan konten yang menampilkan kesuksesan instan, pendapatan tinggi, fleksibilitas kerja dapat membentuk standar tertentu yang kemudian dijadikan acuan oleh banyak pengguna dalam kehidupan nyata termasuk berpotensi membentuk pandangan yang kurang sesuai dengan kondisi nyata dunia kerja. Standar yang terbentuk dari konten tersebut yang sering kali lebih ditonjolkan dibandingkan prosesnya sehingga memunculkan ekspektasi yang berlebihan.

Menurut Fahmy & Deny (2024) mengatakan adanya pergeseran makna bekerja juga turut mempengaruhi kesulitan Generasi Z dalam mendapatkan pekerjaan. Banyak dari mereka yang lebih memilih fleksibilitas kerja seperti bekerja dari mana saja atau bekerja dari rumah, terutama di sektor industri kreatif. Kemudian banyak siswa baru yang berani menawarkan gaji tinggi (Fahmy & Deny 2024). Pendapat ini juga sejalan dengan yang mengatakan bahwa Generasi Z lebih suka menganggur daripada tidak bahagia dengan pekerjaan mereka yang tidak disukai (Fahmy & Deny, 2024).

2. Minat Kerja Gen Z

Minat kerja merupakan salah satu faktor internal dalam kesiapan kerja. Menurut (Dalyono, 2012) dalam (Gohae, 2020) mengatakan minat yang besar adalah moda besar yang berarti mencapai objek atau sasaran yang diinginkan. Minat yang kuat mulai terlihat dari banyaknya menaruh perhatian pada pekerjaan. Semakin kuat menaruh perhatian, semakin besar juga minat. Tolak ukur yang dapat dilihat pada minat kerja adalah perhatian, kesenangan, keinginan dan kemauan dari dalam diri masing-masing individu (Gohae, 2020).

Secara umum, gen z diartikan sebagai generasi yang lahir dalam kurun waktu 1997-2012 (Bambang, dkk, 2020). Generasi ini memiliki karakteristik tersendiri, yang berbeda dengan generasi sebelumnya, termasuk dalam kepribadian, minat dan motivasi dalam mencari pekerjaan. Generasi Z lebih mengutamakan keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi, serta lebih cenderung lebih memprioritaskan kesehatan mental dalam menentukan pilihan hidup maupun pekerjaan dibanding generasi sebelumnya (Fadhli & Khusnia, 2021). Menurut Putri (2024), keterkaitan antara kepribadian, minat dan motivasi yang dihubungkan dengan produktivitas kerja karyawan gen z menunjukkan hubungan yang kompleks namun penting dipahami untuk konteks dunia kerja modern, pendapat ini sejalan dengan Pratiwi & Nugrohoseno (2014) yang menjelaskan kepribadian, minat dan motivasi dalam konteks dunia kerja.

3. Dampak Ekspektasi Ilusi Konten

Media sosial, terutama platform seperti TikTok yang menggunakan video pendek, memainkan peran penting dalam membentuk cara berpikir dan harapan generasi Z terhadap berbagai bagian kehidupan, termasuk dunia kerja. Konten di TikTok biasanya menunjukkan hal-hal yang bisa menyembuhkan dan menampilkan gaya hidup yang sempurna, kesuksesan yang tercapai cepat, serta kekayaan finansial, tanpa menampilkan proses yang memakan waktu dan rumit. Fenomena ini bisa disebut ilusi konten, yaitu situasi di mana bentuk digital terlihat lebih menarik dan lebih mudah diperoleh dibandingkan dengan keadaan nyata sebenarnya. Akibatnya, generasi Z cenderung memiliki harapan yang tidak sepenuhnya realistis terhadap standar kesuksesan dan jenis pekerjaan yang diinginkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Jin, Chen & Zhang (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara berlebihan berhubungan dengan meningkatnya perbandingan sosial ke atas, yaitu kecenderungan seseorang untuk membandingkan diri mereka sendiri dengan orang lain yang terlihat lebih sukses atau lebih hebat di media sosial. Proses membandingkan diri dengan orang lain ini menyebabkan peningkatan rasa cemas terkait pekerjaan di kalangan generasi muda. Ketika seseorang sering melihat konten yang menunjukkan pencapaian luar biasa tanpa menjelaskan usaha yang dilakukan, mereka bisa merasa tertekan secara psikologis dan merasa standar kerja di dunia nyata tidak sesuai dengan gambaran sempurna yang ditampilkan di media sosial.

Dampak dari harapan palsu terhadap konten tersebut bisa mempengaruhi ketertarikan generasi Z dalam merespons penawaran pekerjaan formal. Pekerjaan yang biasa dilakukan dengan proses, disiplin, dan membutuhkan waktu sering kali dianggap tidak menarik dibandingkan cerita sukses instan yang banyak beredar di TikTok. Ini bisa mengurangi semangat seseorang untuk mencari pekerjaan secara aktif atau menerima pekerjaan dengan kemajuan karier yang perlahan. Dengan demikian, pengaruh dari penggunaan konten digital secara berlebihan dapat membentuk harapan-harapan yang mempengaruhi sikap generasi Z terhadap dunia kerja serta keadaan tenaga kerja yang ada.

4. Penawaran Tenaga Kerja

Penawaran tenaga kerja merupakan jumlah tenaga kerja yang bersedia ditawarkan oleh pemilik tenaga kerja pada berbagai tingkat upah dalam kurun waktu tertentu (Maghfirah dan Zulham, 2016). Penawaran tenaga kerja meliputi seluruh orang yang sedang bekerja dalam masyarakat, ditambah jumlah orang yang secara aktif sedang mencari pekerjaan, serta mereka yang seharusnya dapat dihitung dan termasuk dalam kegiatan ekonomi (Maghfirah & Zulham, 2016). Penawaran tenaga kerja terbagi menjadi dua macam yaitu jangka panjang dan jangka pendek. Penawaran jangka pendek merujuk pada jumlah tenaga kerja yang ditawarkan di pasar kerja dan merupakan hasil dari keputusan individu mengenai jumlah jam kerja dan keikutsertaan mereka dalam angkatan kerja, sedangkan penawaran jangka panjang merupakan konsep yang lebih menyeluruh terhadap perubahan berbagai kendala ekonomi dan sosial (Arida, Zakiah & Julaini, 2015).

Penawaran tenaga kerja dipengaruhi oleh keputusan individu untuk bekerja atau tidak (Mawadah, 2017). Keputusan tersebut bergantung pada cara individu dalam memanfaatkan waktunya, apakah digunakan untuk kegiatan yang lebih santai dan konsumtif, untuk bekerja, atau kombinasi dari keduanya. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran tenaga kerja antara lain jumlah penduduk, struktur umur, produktivitas, tingkat upah, kebijakan pemerintah, wanita yang mengurus rumah tangga, penduduk yang bersekolah, dan keadaan perekonomian (Mawadah, 2017). Adapun faktor lainnya dapat berupa jumlah angkatan kerja, komposisi demografi penduduk, dan partisipasi angkatan kerja.

C. METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kajian pustaka (*library research*). Metode ini merupakan metode yang digunakan pada penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data atau informasi dari berbagai sumber seperti, jurnal, artikel, buku, atau berita-berita yang ada di media. Dalam penelitian ini, penulis tidak melakukan observasi secara langsung, melainkan mencari, menelaah, dan membaca dari berbagai informasi maupun media, yang ada untuk menjawab persoalan yang muncul di rumusan masalah. Selanjutnya, penulis memperoleh data dari jurnal, artikel, dan media sosial seperti, tiktok. Data yang diperoleh berkaitan dengan dampak ekspektasi ilusi konten terhadap penawaran tenaga kerja pada minat kerja generasi z.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian pustaka yang telah dilakukan terhadap berbagai sumber ilmiah, diperoleh beberapa temuan utama yang berkaitan dengan pengaruh ekspektasi ilusi konten terhadap minat kerja dan penawaran tenaga kerja generasi Z.

Pertama, paparan konten digital, khusus melalui platform TikTok, memiliki pengaruh terhadap pembentukan persepsi dan minat kerja Generasi Z. Hasil penelitian Ramadhani & Santoso (2025), menunjukkan bahwa konten TikTok yang berisi informasi lowongan pekerjaan dan pengalaman kerja dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap minat melamar kerja generasi muda. Artinya, media sosial bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga menjadi sumber referensi karier bagi Generasi Z.

Kedua, berdasarkan penelitian Gohae (2020), ekspektasi karier, efikasi diri, dan motivasi kerja secara simultan berpengaruh terhadap kesiapan kerja Generasi Z. Meskipun ekspektasi karier secara parsial tidak selalu berpengaruh signifikan, namun dalam kombinasi dengan faktor internal lainnya, ekspektasi tersebut tetap berkontribusi dalam membentuk kesiapan individu memasuki dunia kerja.

Ketiga, hasil penelitian dalam tesis UIN Malang menunjukkan bahwa ekspektasi kerja menunjukkan bahwa ekspektasi kerja memiliki pengaruh positif terhadap niat melamar kerja.

Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi ekspektasi seseorang terhadap pekerjaan, maka semakin besar pula kecenderungan untuk mencari dan melamar pekerjaan yang sesuai dengan harapannya.

Keempat, hasil penelitian Zaman (2024) menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kekhawatiran terhadap kondisi ekonomi, biaya hidup, serta peluang kerja. Temuan ini menunjukkan adanya dualitas: di satu sisi mereka terpapar standar kesuksesan digital yang tinggi, namun di sisi lain mereka menyadari adanya ketidakpastian ekonomi.

TikTok berperan dalam membentuk standar kerja tertentu di kalangan Generasi Z. Konten yang menampilkan fleksibilitas kerja, pendapatan tinggi, dan gaya hidup ideal berpotensi membangun ekspektasi kerja yang tinggi. Jika konten yang dikonsumsi lebih banyak menampilkan hasil dibandingkan proses, maka individu dapat membentuk persepsi bahwa kesuksesan dapat diraih secara cepat dan instan. Hal ini sejalan dengan konsep ekspektasi kerja yang menyatakan bahwa harapan individu terhadap pekerjaan dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan informasi yang diterima. Dalam konteks ini, media sosial menjadi sumber pembentukan ekspektasi tersebut. Namun, permasalahan muncul ketika ekspektasi yang terbentuk tidak selaras dengan realitas pasar tenaga kerja yang kompetitif, membutuhkan proses bertahap, serta memerlukan pengalaman dan keterampilan yang memadai. Ketidakesesuaian ini berpotensi menimbulkan kekecewaan atau penolakan terhadap pekerjaan yang dianggap tidak memenuhi standar pribadi.

Ekspektasi kerja berkaitan erat dengan minat melamar pekerjaan. Generasi Z cenderung memiliki preferensi terhadap pekerjaan yang fleksibel, bermakna, serta mendukung keseimbangan hidup. Hal ini menunjukkan bahwa minat kerja mereka tidak semata-mata didasarkan pada faktor upah, tetapi juga pada nilai dan kenyamanan psikologis. Apabila ekspektasi kerja yang terbentuk dari paparan konten digital terlalu tinggi, maka minat terhadap pekerjaan formal yang bersifat konvensional dapat menurun. Pekerjaan dengan jenjang karier bertahap dan proses panjang sering kali dianggap kurang menarik dibandingkan narasi sukses instan yang banyak beredar di media sosial. Namun demikian, berdasarkan hasil penelitian yang dikaji, ekspektasi tidak selalu berdampak negatif. Apabila didukung oleh efikasi diri dan motivasi yang kuat, ekspektasi yang tinggi justru dapat meningkatkan kesiapan kerja dan mendorong individu untuk lebih aktif mencari peluang.

Penawaran tenaga kerja dipengaruhi oleh keputusan individu untuk bekerja atau tidak pada tingkat upah tertentu. Dalam konteks Generasi Z, keputusan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh preferensi personal dan ekspektasi kerja. Paparan terhadap ilusi konten dapat mempengaruhi keputusan ini. Jika pekerjaan yang tersedia dianggap tidak sesuai dengan standar ideal yang memilih untuk menunda bekerja, mencari alternatif pekerjaan yang lebih fleksibel, atau bahkan menunggu peluang yang dianggap lebih sesuai. Namun, hasil survei menunjukkan bahwa Generasi Z juga memiliki kekhawatiran terhadap pengangguran dan kondisi ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mereka memiliki ekspektasi tinggi, kesadaran terhadap realitas ekonomi tetap mempengaruhi keputusan mereka dalam menawarkan tenaga kerja.

Ekspektasi ilusi kerja konten tidak secara langsung menurunkan penawaran tenaga kerja, tetapi dapat mempengaruhi preferensi dan selektivitas Generasi Z dalam memilih pekerjaan. Berdasarkan pembahasan di atas, dapat dirumuskan beberapa poin utama:

1. TikTok berperan dalam membentuk ekspektasi kerja melalui paparan standar kesuksesan dan gaya hidup ideal.
2. Ekspektasi kerja berkaitan dengan minat dan kesiapan kerja Generasi Z.
3. Ekspektasi yang terlalu tinggi berpotensi menciptakan kesenjangan antara persepsi dan realitas pasar tenaga kerja.
4. Penawaran tenaga kerja Generasi Z dipengaruhi oleh kombinasi faktor ekonomi,

psikologis, dan paparan digital.

Secara keseluruhan, fenomena ini menunjukkan bahwa era digital tidak hanya mengubah cara generasi muda mencari pekerjaan, tetapi juga membentuk cara mereka memandang makna bekerja dan standar kesuksesan.

E. KESIMPULAN

Kehadiran Tiktok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi faktor pembentuk persepsi Gen z terhadap dunia kerja melalui konten yang menampilkan standar kesuksesan dan gaya hidup instan. Ekspektasi kerja yang terbentuk dari paparan konten tersebut berkaitan erat dengan minat, motivasi, dan kesiapan kerja Gen z. Ketika ekspektasi ini terlalu tinggi dan tidak realistis, maka akan menimbulkan kesenjangan antara persepsi ideal dengan kondisi nyata di pasar tenaga kerja, sehingga berpotensi menurunkan minat terhadap pekerjaan formal atau mendorong sikap selektif yang berlebihan terhadap pekerjaan. Penawaran tenaga kerja Gen Z tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek psikologis dan intensitas paparan media sosial. Ekspektasi ilusi dari konten digital tidak secara langsung menurunkan penawaran tenaga kerja, tetapi lebih memengaruhi preferensi, selektivitas, dan waktu partisipasi kerja, sehingga dampaknya tidak terlalu signifikan namun dapat berpotensi menurunkan kesiapan kerja secara keseluruhan. Dengan demikian, ekspektasi ilusi konten digital cenderung berdampak negatif terhadap minat dan kesiapan kerja Gen Z, meskipun di sisi lain juga membuka peluang kreativitas dan alternatif karier baru. Fenomena ini menggambarkan bahwa era digital telah mengubah cara pandang Gen Z dalam mencari pekerjaan, sekaligus menggambarkan bagaimana mereka memaknai kerja, kesuksesan, dan pilihan karier di masa depan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti penelitian dilakukan dengan metode kajian pustaka sehingga data yang digunakan hanya berasal dari berbagai sumber literatur, jurnal, artikel, dan buku tanpa melibatkan data empiris secara langsung dari responden Gen Z. Selain itu, fokus penelitian terbatas pada pengaruh konten dari platform Tiktok, sehingga belum mencakup pengaruh dari platform media sosial lain yang juga populer di kalangan Gen Z. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menerapkan pendekatan empiris, seperti survei atau wawancara mendalam dengan responden Gen Z, guna memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai pengaruh media sosial terhadap minat dan kesiapan kerja. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas ruang lingkup pembahasan dengan membandingkan berbagai platform media sosial serta menambahkan variabel lain seperti literasi digital, lingkungan sosial, dan kondisi pasar kerja, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara media sosial dan perilaku penawaran tenaga kerja generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Ghifary, M. F., Abdullah, M. N. A., & Mujayapura, M. R. R. (2025). Pengaruh Standar Tiktok Terhadap Kebiasaan dan Kesehatan Mental. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(5), 1809-1814.
- Ananda, B. P., Faqih, F. M., Alkindi, M. F., Pribadi, F. S., & Aprilianto, R. A. (2024). Tren Algoritma InC, PID dan FLC untuk MPPT Pada Sistem Fotovoltaik: Sistematis Review. *Jurnal Energi Baru dan Terbarukan*, 5(2), 78-89.
- Arida, A., Zakiah, Z., & Julaini, J. (2015). Analisis permintaan dan penawaran tenaga kerja pada sektor pertanian di Provinsi Aceh. *Jurnal Agrisep Unsyiah*, 16(1), 66-78.
- Ashary, U. I., Tajibu, M. J., & Mustari, B. (2024). Tinjauan penawaran tenaga kerja pada sektor informal di kepulauan tertinggal. *Jurnal Ekonomika dan Dinamika Sosial*, 3(2), 48-72.

- Asy'ari, M. F., & Amelia, A. R. (2024). Terjebak dalam standar TikTok: Tuntutan yang harus diwujudkan?(Studi kasus tren marriage is scary). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(09), 1438-1445.
- Bambang, S. M. (2020). *Motivasi Kerja dan Gen Z: Teori dan Penerapan*. Yogyakarta; Zaida Digital Publishing.
- Fadhli, K. K. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Produktivitas Kerja)*. Bogor: Guepedia.
- Fotaleno, F., & Batubara, D. S. (2024). Fenomena kesulitan generasi Z dalam mendapatkan pekerjaan ditinjau perspektif teori kesenjangan generasi. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(8), 3199-3208.
- Gohae, A. S. (2020). Pengalaman magang, minat kerja dan pengaruhnya terhadap kesiapan kerja mahasiswa akuntansi. *Jurnal Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 4(3), 1954-1964.
- Jo, J. (2021). *Analisis Durasi Menganggur Tenaga Kerja Terdidik di Indonesia dari Perspektif Penawaran tenaga Kerja* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Maghfirah, H., & Zulham, T. (2016). Faktor-faktor Sosial Ekonomi yang Mempengaruhi Penawaran Tenaga Kerja Wanita di Aceh. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 3(2), 71-75.
- Mardianty, D., & Agia, L. N. (2025). Gen Z dan Ekspektasi Karir di Masa Depan di SMA Negeri 1 Pekanbaru. *PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(04), 1557-1561.
- Mawadah, S. (2017). Kurva penawaran tenaga kerja dan jam kerja perempuan. *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 12(3), 357-370.
- Putri, P. K. (2024). Gen Z di dunia kerja: Kepribadian dan motivasi jadi penentu produktivitas kerja. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 30-38.
- Ramadhani, N. I., & Santoso, H. (2025). Pengaruh Konten TikTok dan Motivasi Terhadap Minat Melamar Kerja Generasi Z di Trans Media Sosial. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1185-1193.
- Triani, M., & Andrisani, E. (2019). Analisis Pengaruh Jumlah Penduduk Dan Upah Terhadap Penawaran Tenaga Kerja Di Indonesia. *Jurnal geografi*, 8(1), 49.
- Wulandari, S., Fajrianor, M., Batubara, M. Z., Saragih, O. K., & Adiwijaya, S. (2025). Menguak Inspirasi dan Realitas Dunia Kerja bagi Generasi Z: Sebuah Analisis Konten TikTok. *Multikultural: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(1), 29-36.
- Zaman, S. N. (2024). Survey Deloitte: Kekhawatiran Gen Z dalam Hidup. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(1), 54-62.