



Pengaruh Pemanfaatan *Podcast* Youtube dan *Knowledge Sharing* terhadap Pengetahuan Perencanaan Karir Siswa SMA Budi Mulia Kota Tangerang

<https://doi.org/10.25008/caraka.v6i2.244>

SITI NADIAH FAUZIAH
JUWONO TRI ATMODJO
Universitas Mercu Buana Jakarta - Indonesia

ABSTRACT

Information technology, particularly the internet, has become an essential source of information in daily life. The rise of digital communication, including YouTube podcasts among teenagers and high school students, aligns with the mission of SMA Budi Mulia Tangerang to become a digitally-based school. This study aims to examine the influence of YouTube podcast utilization and knowledge sharing on students' career planning knowledge. The research adopts a quantitative approach with an explanatory research type. The method used is a survey conducted by distributing questionnaires to 186 respondents selected through random sampling. Data were analyzed using Likert scales and multiple linear regression analysis. The results show that there is no significant influence of YouTube podcast utilization on students' career planning knowledge, with a contribution of only 25.7%. In contrast, knowledge sharing has a significant influence, contributing 58.7%. Simultaneously, both variables YouTube podcast utilization and knowledge sharing have a combined influence of 48.9% on career planning knowledge. Based on these findings, the study suggests that in order to improve the effectiveness of YouTube podcasts, a strong knowledge sharing culture among students is essential. Furthermore, enhancing the utilization of YouTube podcasts may support efforts to improve students' knowledge and contribute to achieving the school's vision, particularly in shaping graduate profiles.

Keywords: *YouTube podcast, knowledge sharing, career planning, digital communication, high school students*

ABSTRAK

Teknologi informasi berupa internet merupakan salah satu kebutuhan informasi yang sangat penting saat ini, dan informasi yang diperoleh dari internet merupakan kebutuhan sehari-hari. Adanya komunikasi digital yang digunakan termasuk *podcast* YouTube di kalangan remaja dan siswa menengah juga selaras dengan salah satu misi sekolah SMA Budi Mulia Kota Tangerang yaitu sekolah berbasis digital. Tujuan penelitian ini untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh pemanfaatan *podcast* YouTube dan *knowledge sharing* terhadap perencanaan karir siswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif, dengan metode *survey* membagikan kuesioner kepada 186 responden yang didapat dari perhitungan *random sampling*. Teknik Analisa data yang digunakan adalah skala likert dengan analisis data persamaan regresi *linear* berganda. Hasil Penelitian yaitu tidak terdapat pengaruh signifikan antara pemanfaatan *podcast* YouTube dengan pengetahuan perencanaan karir siswa dengan hasil 25,7%. Selanjutnya antara *knowledge sharing* dan pengetahuan perencanaan karir siswa memiliki pengaruh signifikan yaitu

sebesar 58,7%. Penelitian ini juga melakukan uji simultan yaitu menguji pemanfaatan *podcast* YouTube dan *knowledge sharing* terhadap pengetahuan perencanaan karir siswa secara bersama-sama dengan pengaruh sebesar 48,9%. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberi saran yaitu untuk meningkatkan pemanfaatan *podcast* YouTube dibutuhkan *knowledge sharing* yang baik oleh siswa, bisa ditingkatkan dengan memanfaatkan *podcast* YouTube. Selanjutnya, pengetahuan bisa ditingkatkan dengan memperbaiki pemanfaatan *podcast* YouTube, serta dalam mencapai tujuan visi misi sekolah terutama dalam profil lulusan maka pemanfaatan *podcast* youtube secara efektif bisa mejadi salah satu cara untuk mencapai hal tersebut.

Kata Kunci: *Podcast* YouTube, *Knowledge Sharing*, Perencanaan Karir, Siswa, Komunikasi Digital

Author's email correspondent: nadiahfauziah2208@gmail.com
The author declares that she/he has no conflict of interest in the research and publication of this manuscript
Copyright © 2025 (Siti Nadiah Fauziah) Licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0) Available at http://caraka.web.id
Submitted: August 19, 2025; Revised: September 19, 2025; Accepted: December 1, 2025

PENDAHULUAN

Teknologi informasi berupa internet merupakan salah satu kebutuhan informasi yang sangat penting saat ini, dan informasi yang diperoleh dari internet merupakan kebutuhan sehari-hari. Internet dan media sosial saat ini memudahkan orang untuk mengakses informasi, wawasan, hiburan, dan uang. Karena adanya banyak media baru seperti internet serta beragamnya isi konten yang selalu diperbarui setiap hari, jelas terlihat bahwa media baru menawarkan berbagai pilihan menarik yang bisa memenuhi kebutuhan masyarakat dibandingkan dengan media tradisional atau media lainnya.

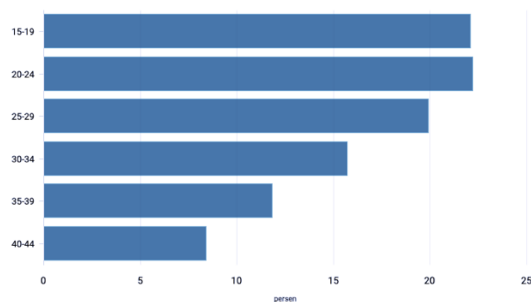
Selain itu, masyarakat kini tidak lagi menjadi penonton pasif yang hanya menerima informasi dari media, tetapi telah berkembang menjadi pengguna aktif yang bebas memilih dan menggunakan media sesuai keinginannya. Salah satu media yang digunakan oleh masyarakat saat ini adalah YouTube, yakni situs *web* yang dioperasikan oleh *Google Inc* yang memiliki jaringan sosial global. YouTube mudah diakses melalui *smartphone* atau komputer yang dapat dinikmati orang kapan saja. Dengan itu, saat ini setiap individu dapat dengan mudah mengembangkan pengetahuan, keterampilan serta dapat membuat hidup dimasa depan menjadi lebih baik dengan kemudahan mendapatkan informasi.

Salah satu jenis komunikasi digital yang saat ini ramai digunakan adalah YouTube. Konten YouTube yang sedang diminati adalah *podcast* yang tidak hanya menggunakan audio, melainkan dapat dikemas dengan menjadikannya sebuah video. Keunggulan *podcast* terletak pada sifatnya yang memiliki fleksibilitas dalam menyampaikan informasi dengan keberagaman topik. Fenomena adanya *podcast* yang mempunyai berbagai keunikan membuat banyak orang menjadikan *podcast* sebagai penambah pengetahuan.

Pada dasarnya konten *podcast* sudah ada lebih dari satu dekade lebih. Hingga saat ini, *podcast* banyak digandrungi kembali dengan popularitas yang tinggi terutama di Indonesia dengan masa kejayaan sekitar sejak tahun 2018. *Podcast* yang berawal hanya dari audio saja, kini berkembang dengan kreatifitas masyarakat. *Podcast* dimulai tahun 2000 ketika Dave Winer menerbitkan versi baru dari *Rich Site Summary* yang memungkinkan file audio berlangganan *podcast* atau mencari dan memilihnya untuk diunduh, dan file audio

dikirimkan ke komputer atau perangkat seluler mereka secara elektronik (Bottomley, 2015). Pendengar *podcast* pada umumnya termasuk audien yang aktif dan sangat sesuai dengan karakteristik anak muda termasuk siswa menengah yang memiliki keinginan untuk aktif dalam memilih informasi dan hiburan yang mereka nikmati.

Berikut terlampir Gambar dari hasil survey yang dilakukan oleh databoks pada 2021 yang menunjukkan data anak muda mendominasi konten *podcast*.



Gambar 1. Hasil Survei Pendengar Podcast di Indonesia

Hasil survei menunjukkan bahwa jumlah pendengar *podcast* yang dapat didengarkan melalui internet di Indonesia didominasi oleh anak muda. Secara rinci, 22,1% responden yang mendengarkan *podcast* berusia 15-19 tahun. Sebanyak 22,2% pendengar *podcast* lainnya berusia 20-24 tahun. Usia 15-19 tahun juga bertepatan pada usia siswa menengah yang menandakan bahwa pendengar *podcast* juga didominasi oleh siswa. Pada dunia pendidikan *podcast* memiliki peranan: *podcast* memungkinkan siswa untuk mendengarkan materi lebih banyak yang memungkinkan mereka untuk lebih memahami materi.

Penjelasan materi oleh guru akan memiliki suara dan gaya mengajar yang khas agar siswa nyaman mendengarkan materi seperti halnya seperti belajar tatap muka. Penggunaan *podcast* dalam pendidikan akan memiliki dampak: (1) *podcast* menyediakan alat inovatif bagi guru dalam menyusun langkah pembelajaran di kelas; (2) *podcast* membantu siswa untuk belajar baik di dalam maupun di luar kelas; (3) *podcast* dapat meningkatkan kesiapan dan persiapan calon guru (Goldman, 2018).

Podcast merupakan media yang efektif dan efisien untuk belajar. *Podcast* memiliki tiga karakteristik utama: (1) memiliki beberapa episode; (2) kontennya dapat diunduh, dan (3) programnya secara khusus mempromosikan topik tertentu. *Podcast* adalah sumber teks audio nyata. *Podcast* dalam bidang pendidikan di kelompokkan dalam tiga kategori: *podcast* administratif, seri kuliah khusus, dan *podcast* kelas (Vogene & Gard, 2006 dalam Pratiwi Eka et al (2021).

Kesadaran atas kekuatan dari media baru ini melihat bahwa media tidak lagi membawa konten semata tetapi juga konteks di dalamnya, seperti ungkapan McLuhan "*medium is the message*" yang membawa kesadaran awal di mana *medium* adalah pesan yang bisa mengubah pola komunikasi, budaya komunikasi, hingga bahasa dalam komunikasi antar manusia (McLuhan, 2001). Selain itu, pengetahuan mengenai penggunaan media, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti yang menunjuk pada tindakan persepsi. Berbagi pengetahuan atau *knowledge sharing* adalah keterampilan

berbagi informasi berisikan pengetahuan dan informasi kepada lingkungan sekitar.

Knowledge sharing merupakan pertukaran pengetahuan antarindividu yang saling terkait (Shao, 2015). Tujuan utama *knowledge sharing* adalah untuk meningkatkan pengetahuan di antara individu pengguna (Hwang, 2018). Berdasarkan arah terjadinya proses *sharing*, *knowledge sharing* terjadi secara dua arah dengan melibatkan interaksi antar individual pada saat penambahan dan pengumpulan pengetahuan (Tangaraja, 2016). Mekanisme individual *knowledge sharing* bersifat informal dan tidak terstruktur sedangkan mekanisme *knowledge sharing* yang dilembagakan bersifat formal dan tertanam dalam rutinitas organisasi dan struktur.

Penelitian ini membahas tentang keterkaitan atau hubungan *knowledge sharing* dengan perencanaan karir pada siswa Budi Mulia Kota Tangerang. Perencanaan karir adalah salah satu aspek yang penting dalam perkembangan karir. Keterampilan dalam memilih keputusan, merupakan suatu tujuan utama dari perencanaan karir. Keputusan yang dipilih melalui berbagai pertimbangan terhadap kemungkinan yang akan terjadi pada masa depan. Terutama pada remaja yang memiliki karakteristik ketidakpercayaan pada dirinya sendiri.

Dalam dunia pendidikan, penting untuk mengelola masa depan secara efektif serta menggabungkan manfaat sumber daya pengetahuan yang tersebar di antara individu dan kelompok. Penelitian ini membahas hubungan atau pengaruh penggunaan *podcast* YouTube dan berbagi pengetahuan terhadap perencanaan karir para siswa. Adanya komunikasi digital yang digunakan termasuk *podcast* YouTube di kalangan remaja dan siswa menengah ini juga selaras dengan salah satu misi sekolah SMA Budi Mulia Kota Tangerang yaitu menjadi sekolah berbasis digital, menjalin kerjasama nasional dan internasional.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara terbuka yang dilakukan dengan Siswa SMA Budi Mulia Sebanyak 7 dari 10 siswa menggunakan *podcast* YouTube dan 6 dari 10 siswa familiar terhadap pemahaman mengenai *knowledge sharing* serta berdasarkan observasi ditemukan siswa yang masih memiliki pengetahuan minim dalam merencanakan karir ke depannya. Berdasarkan pemaparan dari latar belakang serta adanya temuan-temuan saat pra penelitian menjadikan peneliti memilih SMA Budi Mulia Kota Tangerang menjadi tempat meneliti fenomena penggunaan dan efek dari penggunaan media sosial.

KERANGKA TEORI

Media baru adalah sebuah sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi ataupun pesan kepada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital, disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Media baru adalah istilah yang mencakup kemunculan era digital, komputer dan jaringan teknologi komunikasi pada abad ke-20 (Ruli, 2014). Model AISAS merupakan model perilaku konsumen yang dikembangkan dari model yang sudah ada sebelumnya, yaitu model AIDMA (*attention, interest, desire, memory, action*) (Sugiyama & Andree, 2011). Salah satu perusahaan periklanan yang ada di Jepang, Dentsu, mengembangkan model ini karena mereka berpendapat bahwa adanya perubahan mendasar pada perilaku konsumen yang menjadi dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat, terutama dengan kehadiran internet di tengah masyarakat dunia (Sugiyama & Andree, 2011).

Model ini mencakup lima tahapan yang akan dilalui oleh konsumen, yaitu *attention, interest, search, action, dan share*. AISAS merupakan proses seorang konsumen/audiens

yang memperhatikan produk, layanan, atau iklan (*attention*) dan menimbulkan ketertarikan (*interest*) sehingga muncul keinginan untuk mengumpulkan informasi (*search*) tentang produk/informasi tersebut. Pencarian dapat dilakukan di Internet pada blog yang ditulis oleh orang lain, situs produk perbandingan, dan halaman web resmi perusahaan, atau berbicara dengan keluarga ataupun teman-teman yang benar-benar telah mendapatkan produk, informasi atau jasa yang sesuai. Apabila berhasil, kemudian menjadi sebuah keputusan untuk melakukan tindak lanjut dalam meyakinkan diri mengambil keputusan seperti membeli produk atau menyebarkan informasi yang didapat (*action*). Setelah tindak lanjut, konsumen menjadi penyampai informasi, dengan berbicara pada orang lain atau dengan mengirim komentar dan tayangan di Internet (*sharing*).

Berdasarkan karakteristik *New Media* (media baru) yang telah di jelaskan oleh McQuail di atas, *podcast* dapat disebut sebagai salah satu produk *new media*. Karena sifatnya yang *on-demand* di mana audiens dapat menentukan sendiri waktu dan topik yang diinginkan sehingga menjadikan *podcast* sebagai medium yang sangat fleksibel. Munculnya berbagai platform yang menyediakan fitur kolom komentar juga membuat *podcast* menjadi media yang interaktif dan memungkinkan terjadinya interaksi secara luas. Selain itu, adanya layanan “mengunggah” juga semakin memudahkan audiens dalam mengakses karena tidak perlu lagi mengandalkan *streaming* yang membutuhkan kuota internet yang cukup besar.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdurrahim (2020) menyimpulkan bahwa model AISAS secara umum mempengaruhi khalayak dengan baik melalui media sosial. Kesimpulan dari penelitian tersebut merupakan cerminan dari pentingnya peran AISAS ke dalam hubungan khalayak dengan pemangku kebutuhan di media sosial (Syariah, 2019).

Menurut Van den Hoof dan De Ridder (2004), *Knowledge Sharing* adalah proses dua arah di mana individu bertukar pengetahuan (pengetahuan implisit dan eksplisit) dan bersama-sama menciptakan pengetahuan baru (solusi). Salah satu tujuan dari definisi ini adalah memberi dan mengumpulkan. Pemberian dan penerimaan pengetahuan mengacu pada pemberian pengetahuan dengan memberikan pengetahuan tentang modal intelektual individu kepada orang lain, dan pengumpulan pengetahuan mengacu pada konsultasi dengan rekan-rekan melalui informasi yang dimiliki oleh rekan-rekan atau pertukaran modal intelektual.

Pengetahuan perencanaan karir dianggap penting, karena perencanaan karir meredakan ketegangan dan kecemasan individu dalam mencari informasi pekerjaan dan membuat keputusan tentang karir yang diinginkan. Menurut Corey & Corey (2006), perencanaan karir adalah proses yang melibatkan mengeksplorasi pilihan dan mempersiapkan karir. Perencanaan karir adalah tentang mengumpulkan informasi tentang karir dan pekerjaan dan apa yang perlu dipersiapkan untuk mendapatkan pekerjaan atau masa depan yang diharapkan. Menurut William G. Chunnigham dalam Andi (2011) perencanaan adalah suatu proses kegiatan untuk memilah dan mengelobrasikan wawasan, fakta, imajinasi, dan pendapat untuk masa depan yang memiliki tujuan untuk memadukan hasil yang diharapkan. Maka dari itu, perlu adanya pengetahuan yang baik dalam merencanakan sebagai penekanan kepada bentuk hasil dari hal yang dituju serta cara untuk meraihnya.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan paradigma penelitian

positivistik, karena menjelaskan pengaruh antara variabel pemanfaatan *podcast* YouTube informasi (X1) dan *knowledge sharing* (X2) dengan variabel pengetahuan perencanaan karir siswa (Y), sehingga masalah yang diangkat mampu dirumuskan dan dijawab secara sistematis. Penelitian ini bersifat eksplanatif korelatif, menganalisis pengaruh pemrosesan informasi secara sentral dan secara perifer pesan *podcast* YouTube terhadap pengetahuan perencanaan karir siswa yang dimaksudkan untuk menjelaskan suatu fenomena, hubungan dan menguji pengaruh antara variabel melalui pengujian hipotesa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada 18 Juni sampai 24 Juni 2025 yang disebarkan kepada 186 responden. Pernyataan pernyataan yang terdapat pada kuesioner erat kaitannya dengan penelitian. Tujuan penyebaran kuesioner adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pemanfaatan *podcast* YouTube dan *knowledge sharing* terhadap pengetahuan perencanaan karir siswa.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Kelas	Jumlah	Persentase
1	X	97	53%
2	XI	89	48%
		186	100%

Sumber: Kuesioner A, identitas responden No1.

Tabel 1 menggambarkan karakteristik responden yaitu berasal dari siswa kelas X dan kelas XI dengan total 186 atau 100%. Perbedaan karakteristik siswa kelas X dan XI menegaskan bahwa strategi literasi karir perlu dibedakan: untuk siswa kelas X, fokus intervensi lebih tepat diarahkan pada penguatan *self knowledge* dan *interest* melalui konten digital yang menarik; sedangkan untuk siswa kelas XI, intervensi lebih efektif bila diarahkan pada peningkatan *decision making skills*, *goal setting*, dan *networking* melalui forum *knowledge sharing* berbasis pengalaman nyata.

Siswa kelas X yang masih berada pada tahap eksplorasi awal, sehingga lebih membutuhkan dorongan untuk memanfaatkan media digital secara optimal, sedangkan siswa kelas XI telah mampu mengintegrasikan informasi digital dengan pengalaman nyata melalui aktivitas berbagi pengetahuan. Temuan ini menegaskan relevansi teori *new media* dalam menjelaskan bagaimana media digital dan interaksi sosial bersama-sama membentuk pengetahuan perencanaan karir siswa. Selanjutnya mengenai karakteristik jenis kelamin.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	64	34%
2	Perempuan	122	66%
	Total	186	100%

Dari perspektif teori *new media*, karakteristik jenis kelamin ini berimplikasi penting. Laki-laki lebih dekat dengan konsep *self-directed learning*, yakni pembelajaran mandiri

melalui eksplorasi konten digital seperti *podcast* YouTube. Sementara itu, perempuan lebih sesuai dengan konsep *networked learning communities*, di mana pengetahuan diperoleh melalui jejaring sosial, interaksi, dan validasi antar teman sebaya. Perbedaan ini tidak dapat dilihat sebagai kelemahan salah satu pihak, melainkan sebagai kekuatan komplementer yang menunjukkan bahwa strategi literasi karir perlu menyesuaikan pendekatan sesuai kebutuhan gender.

Jika laki-laki membutuhkan konten yang sistematis, berbasis data, dan praktis untuk memperdalam *search behavior*, maka perempuan lebih terbantu dengan ruang diskusi, forum digital, atau komunitas belajar yang memfasilitasi *experience sharing*. Integrasi *podcast* YouTube dengan mekanisme *knowledge sharing* perlu dirancang adaptif seperti laki-laki diarahkan untuk lebih kritis dalam mengevaluasi informasi yang diperoleh secara mandiri, sedangkan perempuan perlu difasilitasi dalam proses berbagi pengalaman untuk memperkuat pemahaman kolektif.

Hal ini menekankan bahwa pengalaman instrumental (media digital) dan pengalaman asosiatif (interaksi sosial) saling melengkapi dalam pembentukan pengetahuan karir. Artinya, strategi literasi karir yang responsif gender akan mampu mengoptimalkan pemanfaatan media digital sekaligus memperkuat budaya berbagi pengetahuan di kalangan siswa SMA Budi Mulia Kota Tangerang.

Selanjutnya yaitu mengenai karakteristik responden berdasarkan usia.

Tabel 3. Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	15 Tahun	20	11%
2	16 Tahun	90	48%
3	17 Tahun	76	41%
Total		192	100%

Pengaruh usia responden sangat menentukan bagaimana siswa memanfaatkan *new media* seperti *podcast* YouTube dan proses *knowledge sharing* dalam meningkatkan pengetahuan perencanaan karir. Siswa usia 15 tahun cenderung pasif dan masih terbatas dalam pemanfaatan media digital, siswa usia 16 tahun mulai menunjukkan perilaku aktif terutama dalam pencarian informasi (*search*), sementara siswa usia 17 tahun lebih menonjol pada aspek berbagi pengalaman (*experience sharing*) yang memberi dampak signifikan terhadap penguatan pengetahuan karir. Temuan ini menguatkan asumsi bahwa literasi karir melalui media digital tidak hanya dipengaruhi oleh akses informasi, tetapi juga oleh kesiapan kognitif dan sosial yang berkembang seiring bertambahnya usia.

Setelah melakukan beberapa analisis akhirnya didapat beberapa hasil analisis. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pemanfaatan *podcast* YouTube tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan perencanaan karir siswa. Hal ini diindikasikan oleh jawaban responden tentang pemanfaatan *podcast* YouTube.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.507 ^a	.257	.253	9.47291

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Podcast YouTube

Sumber: Data Hasil Olahan Penelitian 2025

Gambar 2. Hasil Uji Kofisien Determinasi R^2 Pemanfaatan Podcast YouTube (X1) terhadap Pengetahuan Perencanaan Karir Siswa (Y)

Berdasarkan tabel *output* SPSS versi 26 di atas Summary Uji Kofisien Determinasi diperoleh kofisien determinasi (R square) Pemanfaatan Podcast YouTube (X1) terhadap Pengetahuan Perencanaan Karir (Y) sebesar 0,257 atau $0,257 \times 100 = 25,7\%$ yang memiliki pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (X1) terhadap variabel terikat (Y) adalah sebesar 25,7% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak peneliti teliti.

Selanjutnya hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *knowledge sharing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan perencanaan karir siswa. Hal ini diindikasikan oleh jawaban responden tentang *knowledge sharing*.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.579	4.73646

a. Predictors: (Constant), Knowledge Sharing

Sumber : Data Hasil Olahan Penelitian 2025

Gambar 3. Hasil Uji Kofisien Determinasi R^2 Pemanfaatan Podcast YouTube (X1) terhadap Pengetahuan Perencanaan Karir Siswa (Y)

Berdasarkan tabel *output* SPSS di atas Summary Uji Kofisien Determinasi diperoleh kofisien determinasi (R square) Knowledge Sharing (X2) Terhadap Pengetahuan Perencanaan Karir (Y) sebesar 0,581 atau $0,581 \times 100 = 58,7\%$ yang memiliki pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (X1) terhadap variabel terikat (Y) adalah sebesar 58,7% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak peneliti teliti.

Analisis Pemanfaatan Podcast YouTube terhadap Pengetahuan Perencanaan Karir Siswa

Diketahui berdasarkan hasil telaah per dimensi dari variabel pemanfaatan *podcast* YouTube (X1) terhadap variabel pengetahuan perencanaan karir siswa (Y), terdapat satu dimensi yang berpengaruh positif tetapi tidak signifikan untuk mempengaruhi responden dalam memiliki pengetahuan perencanaan karir, yakni dengan dimensi *search* dengan nilai t sebesar $11.180 > 1.972$ yang jauh lebih besar dari r tabel. Sehingga, pengujian ini mengartikan jika responden dapat insiatif dalam rangka mempelajari dan mencari lebih

lanjut khususnya pada *podcast* YouTube serta mendalami apa yang telah dicari dengan menggunakan berbagai platform pendukung lainnya.

Dari analisis secara kuantitatif di atas, maka dapat diketahui jika responden dalam penelitian ini yakin bahwa menggunakan media khususnya pada *podcast* YouTube mampu memberikan peran positif dalam menambah pengetahuan terutama dalam karir yang senantiasa banyak memberikan informasi yang dibutuhkan untuk menunjang banyak aspek kehidupan yang sedang atau yang akan dijalani dimasa depan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *podcast* YouTube memiliki pengaruh terhadap pengetahuan perencanaan karir siswa, namun tidak signifikan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: kecenderungan siswa menggunakan *podcast* untuk hiburan dibandingkan pembelajaran karir, rendahnya keterlibatan aktif (misalnya berbagi dan mendiskusikan informasi), serta kualitas konten yang tidak selalu relevan dengan kebutuhan karir remaja.

Selain itu, faktor eksternal seperti peran guru BK, orang tua, lingkungan sekolah, dan media lain yang lebih populer serta interaktif (misalnya Instagram dan TikTok) lebih dominan dalam membentuk pengetahuan karir siswa. Dengan demikian, meskipun *podcast* YouTube dapat berfungsi sebagai sumber informasi tambahan, kontribusinya masih terbatas dan kalah kuat dibandingkan sumber pembelajaran konvensional maupun media digital lain yang lebih sesuai dengan kebiasaan belajar siswa. Jika dianalisis lebih lanjut dalam teori AISAS, yakni mengacu pada perilaku konsumen yang menganalisis lebih jauh terkait produk/jasa/informasi secara *real-time* sesuai kondisi saat ini. Berawal dari siswa yang menunjukkan mulai mengenal dan tertarik terhadap *podcast* youtube sebagai salah satu sumber informasi. Data juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengetahui keberadaan konten karir di YouTube melalui rekomendasi algoritma atau teman sebaya.

Setelah itu, siswa mulai tertarik memperhatikan isi konten dengan narasumber yang relevan dari dunia karir. Selanjutnya siswa tidak hanya menonton satu konten, tetapi menunjukkan perilaku pembelajaran mandiri berbasis digital yang berdasarkan data menjadi hasil tertinggi pada variabel dengan teori AISAS ini. Setelah itu terdapat aksi dalam penerapan informasi yang diperoleh ke dalam rencana karir pribadi siswa. Misalnya, menyusun rencana studi, mengenali lebih dalam tentang kelemahan dan kelebihan diri yang disesuaikan dengan kebutuhan prospek karirnya masing-masing. Beberapa siswa menyatakan juga bahwa mereka membagikan informasi yang diperoleh kepada teman atau diskusi dalam komunitas digital. Ini adanya efek penyebaran informasi secara organik di lingkungan mereka.

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesamaan asumsi yang kuat antara hasil penelitian dan kerangka teori AISAS. Hasil empiris membuktikan bahwa pola perilaku siswa dalam memanfaatkan *podcast* YouTube untuk pengetahuan perencanaan karir mengikuti urutan logis dan psikologis yang dijelaskan dalam teori tersebut. Oleh karena itu, teori AISAS dapat dianggap relevan dan aplikatif dalam konteks pendidikan, khususnya dalam penggunaan media digital untuk menunjang pengembangan karir siswa.

Analisis Pemanfaatan Knowledge Sharing terhadap Pengetahuan Perencanaan Karir Siswa

Setelah dilakukan lebih detail mengenai besaran pengaruh perdimensi dari variabel *knowledge sharing* terdapat variabel pengetahuan perencanaan karir siswa (Y), terdapat satu dimensi yang berpengaruh secara signifikan untuk mempengaruhi responden dalam memiliki

pengetahuan perencanaan karir, yakni dengan dimensi *experience sharing* dengan nilai t sebesar $11.081 > 1.972$ yang jauh lebih besar dari r tabel. Sehingga, pengujian ini mengartikan jika responden menjadikan sebuah pengalaman yang pernah dilalui sebagai informasi yang dapat reponden berikan kepada orang lain.

Dimensi *experience sharing* dalam konteks *knowledge sharing* mengacu pada perilaku individu dalam membagikan pengalaman pribadi atau pengalaman yang pernah mereka lalui kepada orang lain, baik secara lisan, tulisan, maupun melalui media digital. Dalam konteks siswa, pengalaman tersebut dapat berupa: (1) Pengalaman mendengar *podcast* atau menonton video edukatif karir; (2) Cerita tentang proses pemilihan jurusan atau universitas; (3) Wawasan yang diperoleh dari keluarga, guru, atau narasumber lain

Melalui pembagian pengalaman ini, siswa tidak hanya memperkuat pemahaman mereka sendiri terhadap perencanaan karir, tetapi juga membantu siswa lain memperoleh informasi dan wawasan baru yang mungkin sebelumnya tidak mereka miliki. Ini menjadikan proses pembelajaran tidak hanya bersifat individual tetapi juga sosial dan kolaboratif.

Dalam penelitian ini, terbukti bahwa berbagi pengalaman menjadi aspek yang sangat penting dalam membangun pemahaman siswa terhadap perencanaan karir. Ketika siswa menceritakan pengalaman mereka—baik dalam memilih jurusan, mengenal profesi tertentu, atau menghadapi dilema karir—mereka tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengkomunikasikan nilai, persepsi, dan cara berpikir yang menjadi bagian dari pengalaman tersebut. Hal ini selaras dengan pendapat Panahi et al, bahwa berbagi pengalaman adalah cara alami dan efektif dalam menyebarkan pengetahuan yang tidak dapat ditemukan di buku atau dokumen formal.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan teoritis, dapat disimpulkan bahwa *experience sharing* sebagai salah satu dimensi dalam *knowledge sharing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan perencanaan karir siswa. Proses berbagi pengalaman mendorong siswa untuk memaknai informasi secara mendalam, sekaligus memperkuat koneksi sosial dan intelektual antarindividu. Oleh karena itu, *knowledge sharing* yang khususnya berbasis pengalaman nyata dan merupakan pendekatan strategis yang dapat dioptimalkan dalam upaya peningkatan literasi karir di kalangan siswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya mengenai Pemanfaatan *Podcast YouTube* dan *Knowledge Sharing* terhadap Pengetahuan Perencanaan Karir Siswa SMA Budi Mulia Tangerang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Ada pengaruh antara pemanfaatan *podcast YouTube* terhadap pengetahuan perencanaan karir siswa SMA Budi Mulia Tangerang tetapi tidak signifikan, artinya hanya berlaku pada sampel bukan pada populasi secara keseluruhan; (2) Pengetahuan perencanaan karir siswa akan baik, jika siswa memanfaatkan *podcast YouTube* dengan baik. Pemanfaatan yang semakin baik artinya siswa mampu menggunakan komunikasi digital secara efektif; (3) Pemanfaatan *podcast YouTube* berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap pengetahuan perencanaan karir, artinya ada beberapa proses pemanfaatan yang tidak dimaksimalkan sehingga terdapat kekurangan dalam menggunakan atau memanfaatkan *podcast YouTube*; (4) Ada pengaruh positif dan signifikan antara *knowledge sharing* terhadap pengetahuan perencanaan karir siswa SMA Budi Mulia Tangerang berperan terhadap pengetahuan perencanaan karir siswa SMA Budi Mulia

Tangerang. Dengan demikian hipotesa yang diajukan dinyatakan diterima; (5) Pemanfaatan *podcast* YouTube dan *knowledge sharing* berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap pengetahuan perencanaan karir siswa SMA Budi Mulia Tangerang. Hal ini menunjukkan pemanfaatan *podcast Youtube* secara simultan berpengaruh terhadap penambahan pengetahuan perencanaan karir siswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *knowledge sharing* lebih berpengaruh dibandingkan pemanfaatan *podcast* YouTube. Oleh karena itu, sekolah disarankan: (1) Mendorong integrasi *podcast* edukatif dalam kegiatan literasi digital dan program BK; (2) Guru mata pelajaran dan guru BK berkolaborasi untuk mengaitkan materi dengan prospek karir melalui *podcast*; (3) Guru BK memilih dan merekomendasikan *podcast* yang kredibel serta mengadakan diskusi reflektif; (4) Siswa membentuk kelompok belajar/komunitas diskusi (*peer sharing*) untuk mendalami konten *podcast* dan berbagi pengalaman karir.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, A. (2011). *Perencanaan karir: Panduan praktis untuk siswa dan mahasiswa*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Corey, M.S. & Corey, G. (2006) *Groups Process and Practice* (seventh ed).
- Hwang, Y. (2018). The impact of knowledge sharing on individual learning: An empirical study. *Journal of Knowledge Management*, 22(4), 785–803.
- Tangaraja, G., Rasdi, G.R., Abu, S.B., & Ismail, M. (2016). Knowledge sharing is knowledge transfer: A myth or reality? *Journal of Workplace Learning*, 28(3), 124–136.
- Sugiyama, K., & Andree, M. (2011). *The Dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. New York, NY: McGraw-Hill
- Goldman, E. (2018). *The power of podcasting in education: Enhancing learning experiences and student engagement*. New York: Educational Media Press.
- Hutagalung, I., & Ritonga, R. (2018). Pengaruh Iklim Komunikasi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Kecamatan XYZ Bekasi. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 204-216. doi:<https://doi.org/10.24198/jkk.v6i2.16712>
- Mei, A., Rahayu, N., & Ritonga, R. (2021). Pengaruh Brand Reputation dan Brand Experience terhadap Trust in a Brand serta Pengaruhnya pada Loyalitas Pelanggan. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 44-50. doi:<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i1.81>
- Pratiwi, D. N., & Pravasanti, Y. A. (2020). Analysis of Siskeudes (Village Financial System) With Tam Approach (Technology Accaptance Model). *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebbar)*.
- Shao, Z ., Wang, T., & Feng, Y. (2015). *Impact of organizational culture and computer selfefficacy on knowledge sharing*. *Industrial Management & Data Systems*, 115(4).
- McQuail, D. (2011). *McQuail's mass communication theory* (6th ed., p. 43)
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Van D.H., B & De Ridder, JA. 2004. Knowledge Sharing in Context: The Influence of Organizational Commitment, Communication Climate Use on *Knowledge Sharing*. *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 117 -130.