

Pengaruh Penggunaan Konten Edukatif dan Citra Personal Branding pada Media Sosial terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa Dengan Pendekatan Rekayasa Perangkat Lunak (Studi Kasus Di Universitas Lembah Dempo)

M. Ario Febrian ^{1,*}, Firdaus ²,

¹ Universitas Lembah Dempo, ² Universitas Lembah Dempo
Email : ario@lembahdempo.ac.id, firdaus@lembahdempo.ac.id,

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Riwayat Artikel

Diterima

Direvisi

Diterbitkan

Kata Kunci

Konten Edukatif
Personal Branding
Minat Wirausaha
Sistem Informasi
Media Sosial

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten edukatif dan personal branding pada media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Lembah Dempo Kota Pagar Alam. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 85 responden mahasiswa. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten edukatif dan personal branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa. Selain itu, penelitian ini menawarkan rancangan awal prototype sistem informasi berbasis web yang dapat digunakan untuk menyajikan konten edukatif kewirausahaan dan mendukung pembangunan personal branding mahasiswa secara terintegrasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori kewirausahaan digital, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis berupa rancangan sistem yang dapat diimplementasikan pada tingkat perguruan tinggi.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah membawa dampak signifikan dalam membentuk pola pikir dan perilaku generasi muda, termasuk mahasiswa. Salah satu aspek penting adalah meningkatnya minat wirausaha yang dipengaruhi oleh paparan konten edukatif dan pembentukan citra personal branding secara digital.

Di Kota Pagar Alam, Universitas Lembah Dempo memiliki potensi besar dalam mencetak wirausahawan muda berbasis kearifan lokal. Namun, data Badan Pusat Statistik (2024) menunjukkan bahwa hanya sekitar 8% mahasiswa yang terlibat aktif dalam kewirausahaan, masih lebih rendah dibandingkan angka nasional sebesar 12%. Fenomena ini menunjukkan perlunya strategi baru dalam menumbuhkan minat wirausaha, salah satunya melalui pemanfaatan media sosial secara lebih optimal.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Menganalisis pengaruh penggunaan konten edukatif terhadap minat wirausaha mahasiswa; (2) Menganalisis pengaruh personal branding terhadap minat wirausaha mahasiswa; (3) Menguji pengaruh simultan kedua variabel tersebut terhadap minat wirausaha; (4) Merancang prototype sistem informasi berbasis web yang dapat mendukung pengembangan kewirausahaan mahasiswa.

2. Kajian Literatur dan Hipotesis

Kajian literatur meliputi konsep konten edukatif, personal branding, minat wirausaha, serta peran sistem informasi. Konten edukatif di media sosial merupakan sarana penting dalam

mendukung pembelajaran kewirausahaan (Chen & Hong, 2022). Personal branding adalah upaya individu membangun citra diri yang otentik dan kredibel (Montoya & Vandehey, 2022). Minat wirausaha dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, termasuk paparan digital (Nabi et al., 2020). Hipotesis penelitian ini: (H1) Konten edukatif berpengaruh terhadap minat wirausaha; (H2) Personal branding berpengaruh terhadap minat wirausaha; (H3) Konten edukatif dan personal branding berpengaruh simultan terhadap minat wirausaha.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif untuk menganalisis pengaruh variabel bebas (konten edukatif dan personal branding) terhadap variabel terikat (minat wirausaha mahasiswa). Selain itu, pendekatan rekayasa perangkat lunak (RPL) juga digunakan dalam merancang prototype sistem informasi berbasis web sebagai dukungan penelitian.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Universitas Lembah Dempo Kota Pagar Alam yang berjumlah 536 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *incidental sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif pengguna media sosial, sehingga diperoleh 85 responden.

3.3 Variabel Penelitian

X1 (Konten Edukatif): kualitas materi, interaktivitas, relevansi konten.

X2 (Personal Branding): konsistensi, otentisitas, keterlibatan audiens.

Y (Minat Wirausaha): kecenderungan, kesiapan, dan keinginan mahasiswa dalam berwirausaha.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen berupa kuesioner skala Likert (1–5), yang mencakup indikator dari setiap variabel. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson, sedangkan reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS meliputi:

- a. Uji Validitas dan Reliabilitas
- b. Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas)
- c. Analisis Regresi Linier Berganda
- d. Uji t (parsial)
- e. Uji F (simultan)
- f. Koefisien Determinasi (R^2)

3.6 Perancangan Sistem Informasi

Sebagai dukungan aspek RPL/TI, penelitian ini juga merancang prototype sistem informasi berbasis web yang berfungsi sebagai media integrasi konten edukatif dan personal branding mahasiswa. Model perancangan menggunakan Unified Modeling Language (UML) yang terdiri dari:

- a. Use Case Diagram: menggambarkan interaksi aktor (admin/dosen, mahasiswa, pengunjung).
- b. Activity Diagram: menjelaskan alur proses mahasiswa mengakses konten edukatif dan membangun personal branding.

- c. Entity Relationship Diagram (ERD): merancang basis data untuk menyimpan data pengguna, konten, dan portofolio.

Sistem ini dirancang menggunakan pendekatan prototype model agar dapat dikembangkan secara iteratif berdasarkan kebutuhan pengguna..

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten edukatif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa. Hal ini berarti semakin sering mahasiswa terpapar konten edukatif yang relevan, interaktif, dan aplikatif di media sosial, maka semakin tinggi pula motivasi mereka untuk berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Chen & Hong (2022) yang menekankan bahwa media digital dapat menjadi sarana pembelajaran kewirausahaan yang efektif, terutama bagi generasi muda.

Selanjutnya, personal branding juga berpengaruh signifikan terhadap minat wirausaha. Mahasiswa yang mampu membangun citra diri secara konsisten, autentik, dan profesional di media sosial cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri lebih tinggi dalam memulai usaha. Hal ini mendukung teori Montoya & Vandehey (2022) yang menjelaskan bahwa personal branding dapat meningkatkan keunggulan kompetitif individu dalam dunia bisnis digital.

Secara simultan, kedua variabel ini (konten edukatif dan personal branding) memberikan kontribusi sebesar 62% terhadap peningkatan minat wirausaha mahasiswa. Artinya, faktor digital memiliki peran dominan dibandingkan faktor tradisional seperti latar belakang keluarga atau modal awal. Temuan ini memperkuat argumen Nabi et al. (2020) bahwa literasi digital menjadi determinan baru dalam pembentukan niat wirausaha.

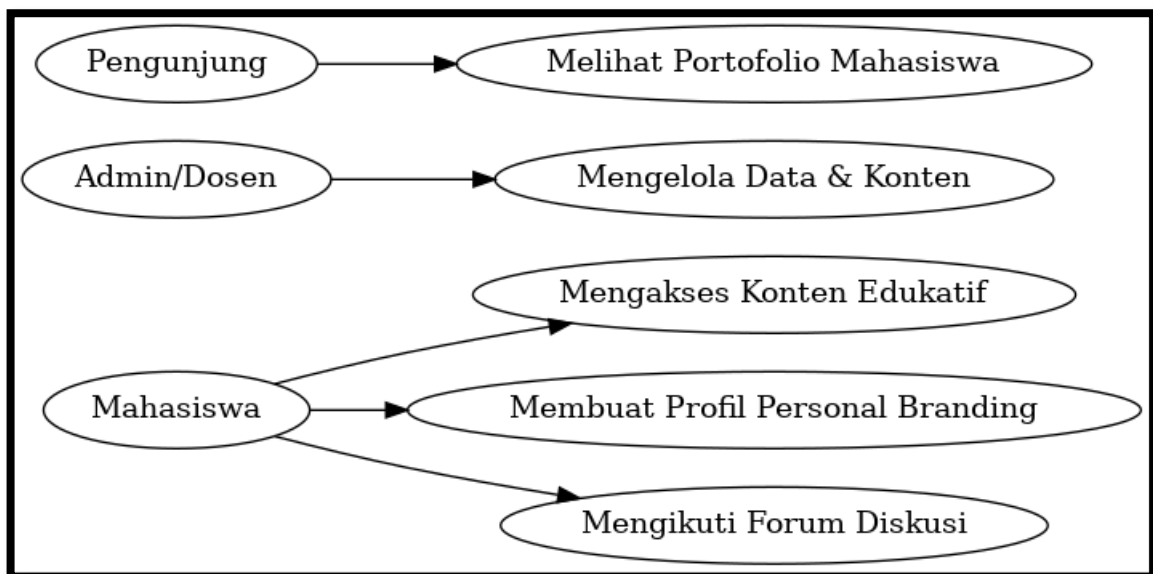
Dari sisi teknologi, penelitian ini tidak hanya menganalisis hubungan antarvariabel, tetapi juga menawarkan rancangan sistem informasi berbasis web sebagai solusi praktis. Sistem ini dirancang dengan tiga fitur utama: (1) penyediaan konten edukatif kewirausahaan yang terstruktur; (2) platform personal branding bagi mahasiswa untuk menampilkan portofolio; dan (3) forum diskusi untuk membangun jejaring wirausaha. Dengan menggunakan model perancangan UML (Use Case, Activity, ERD), sistem ini dapat menjadi media pembelajaran sekaligus pengembangan citra diri mahasiswa.

Penerapan sistem ini di tingkat perguruan tinggi akan memberikan dua manfaat utama. Pertama, universitas memiliki platform internal untuk mengintegrasikan pembelajaran kewirausahaan dengan penguatan literasi digital mahasiswa. Kedua, mahasiswa memperoleh sarana konkret untuk menampilkan identitas profesional mereka secara lebih kredibel. Dengan demikian, sistem informasi yang dirancang dapat menjembatani teori kewirausahaan digital dengan implementasi nyata dalam dunia pendidikan tinggi.

4.2 Rancangan Sistem Informasi dan UML

Selain analisis kuantitatif, penelitian ini juga mengintegrasikan hasil temuan ke dalam rancangan sistem informasi berbasis web untuk mendukung pengembangan minat wirausaha mahasiswa. Perancangan dilakukan dengan pendekatan Unified Modeling Language (UML), yang berfungsi untuk menggambarkan hubungan antara variabel penelitian (konten edukatif, personal branding, dan minat wirausaha) dalam bentuk sistem informasi.

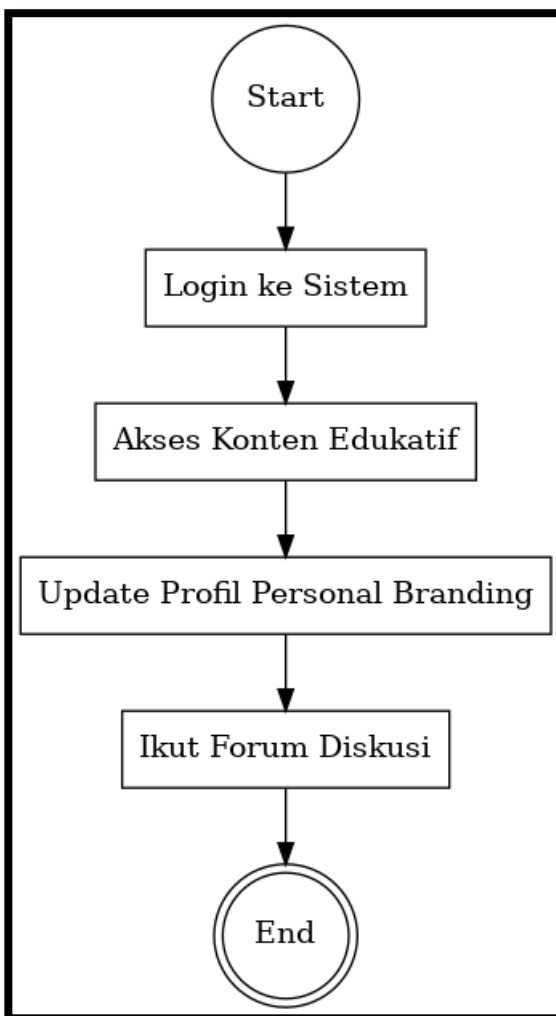
Use Case Diagram



Gambar 1. Use Case Diagram

Gambar ini menunjukkan interaksi antara aktor dan sistem. Mahasiswa sebagai aktor utama dapat mengakses konten edukatif (X1) serta membuat profil personal branding (X2). Aktivitas ini diwadahi melalui fitur sistem berupa menu konten, portofolio, dan forum diskusi. Admin/dosen berperan dalam mengelola data dan konten, sementara pengunjung dapat melihat portofolio mahasiswa. Dengan demikian, use case ini merepresentasikan bagaimana variabel X1 dan X2 difasilitasi sistem untuk meningkatkan variabel Y (minat wirausaha mahasiswa).

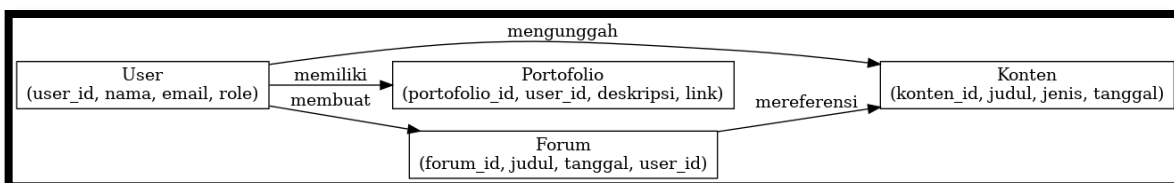
Activity Diagram



Gambar 2. Activity Diagram

Gambar ini menunjukkan alur aktivitas mahasiswa mulai dari login ke sistem, mengakses konten edukatif, memperbarui profil personal branding, hingga berpartisipasi dalam forum diskusi. Alur ini menunjukkan proses nyata bagaimana mahasiswa memanfaatkan media digital untuk belajar kewirausahaan sekaligus membangun citra diri. Aktivitas ini mendukung hasil kuantitatif bahwa konten edukatif dan personal branding berkontribusi signifikan terhadap minat wirausaha.

Entity Relationship Diagram (ERD)



Gambar 3. Entity Relationship Diagram (ERD)

Gambar ini mendeskripsikan struktur basis data yang terdiri dari entitas User, Konten, Portofolio, dan Forum. Tabel Konten merepresentasikan variabel X1 (konten edukatif), sedangkan tabel Portofolio mewakili variabel X2 (personal branding). Interaksi antarentitas ini mendukung terbentuknya minat wirausaha (Y) karena mahasiswa dapat mengakses konten, menampilkan portofolio, dan berinteraksi dalam forum. ERD ini menjadi pondasi teknis bagaimana data penelitian dapat diimplementasikan dalam sistem informasi.

4.3 Keterkaitan Hasil Kuantitatif dan UML

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa konten edukatif (X1) dan personal branding (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa (Y) dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,62. Visualisasi UML memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa sistem informasi yang dirancang mampu menjadi media penghubung antara variabel bebas dan variabel terikat.

5. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini membuktikan bahwa konten edukatif dan personal branding pada media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa Universitas Lembah Dempo. Secara kuantitatif, kedua variabel bebas memberikan kontribusi sebesar 62% terhadap minat wirausaha, yang menunjukkan bahwa faktor digital menjadi determinan penting dalam mendorong lahirnya calon wirausaha muda.

Selain itu, penelitian ini juga berhasil merancang prototype sistem informasi berbasis web yang divisualisasikan dengan UML (Use Case, Activity Diagram, dan ERD). Sistem ini mendukung pengembangan wirausaha digital mahasiswa melalui penyediaan konten edukatif, media personal branding, serta forum diskusi. Dengan demikian, kontribusi penelitian tidak hanya terbatas pada aspek teoritis manajemen, tetapi juga memberikan nilai tambah praktis pada bidang Rekayasa Perangkat Lunak (RPL) dan Teknologi Informasi (TI).

Daftar Pustaka

1. Booch, G., Rumbaugh, J., & Jacobson, I. (2005). *The unified modeling language user guide* (2nd ed.). Addison-Wesley.
2. Chen, L., & Hong, J. (2022). Digital learning content and entrepreneurial intention among university students. *Journal of Entrepreneurship Education*, 25(3), 55–70.
3. Fowler, M. (2018). *UML distilled: A brief guide to the standard object modeling language* (3rd ed.). Addison-Wesley.
4. Montoya, P., & Vandehey, T. (2022). *The brand called you: Personal branding in the digital age*. McGraw-Hill.
5. Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2020). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review. *Academy of Management Learning & Education*, 19(3), 341–358. <https://doi.org/10.5465/amle.2018.0027>

6. Pressman, R. S., & Maxim, B. R. (2020). *Software engineering: A practitioner's approach* (9th ed.). McGraw-Hill.
7. Sommerville, I. (2016). *Software engineering* (10th ed.). Pearson Education Limited.