

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL TERHADAP PEMBENTUKAN KARAKTER MAHASISWA MANAJEMEN DI ERA INDUSTRI 4.0

Nurainun¹, Sulastr², Arif Julianda³, Zulkifli Taib⁴

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen, Universitas Dharmawangsa Medan

Email : ain_oen@yahoo.com ; lastrisulastr020883@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media digital terhadap pembentukan karakter mahasiswa program studi Manajemen pada era Industri 4.0. Fokus penelitian diarahkan pada empat dimensi karakter profesional, yaitu tanggung jawab, kerja sama, integritas, dan kepemimpinan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan teknik pengumpulan data melalui angket tertutup yang disebarakan kepada 100 mahasiswa aktif. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media digital dan pembentukan karakter, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,642 dan nilai signifikansi 0,000. Sebanyak 41,2% variabel karakter mahasiswa dapat dijelaskan oleh penggunaan media digital, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya. Media digital yang paling banyak digunakan mahasiswa antara lain YouTube edukatif, WhatsApp Group, Google Classroom, dan Google Scholar. Temuan ini menunjukkan bahwa media digital dapat menjadi alat efektif dalam mendukung pembentukan karakter profesional apabila digunakan secara terarah dan berbasis nilai.

Kata Kunci: Media digital; Karakter mahasiswa; Tanggung jawab; Integritas; Industri 4.0

Abstract

This study aims to analyze the influence of digital media usage on the character development of Management students in the era of Industry 4.0. The research focuses on four dimensions of professional character, namely responsibility, collaboration, integrity, and leadership. The method used is a quantitative correlational approach with data collected through a closed-ended questionnaire distributed to 100 active students. The results of the simple linear regression analysis show a positive and significant effect between digital media usage intensity and character development, with a regression coefficient of 0.642 and a significance value of 0.000. Approximately 41.2% of the variation in student character can be explained by digital media usage, while the remainder is influenced by other external factors. The most frequently used digital media include educational YouTube, class WhatsApp groups, Google Classroom, and Google Scholar. These findings indicate that digital media can serve as an effective tool in fostering professional character when used purposefully and with value-based guidance.

Keywords: Digital media; Student character; Responsibility; Integrity; Industry 4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era *Industrial Revolution 4.0* telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan tinggi. Perguruan tinggi sebagai institusi pencetak generasi bangsa memiliki peran strategis dalam membentuk

karakter mahasiswa agar tidak hanya unggul dalam pengetahuan, tetapi juga memiliki integritas, etika, serta kemampuan beradaptasi di tengah kemajuan teknologi. Namun demikian, pesatnya penggunaan media digital di kalangan mahasiswa tidak selalu sejalan dengan penguatan karakter yang diharapkan. Terdapat fenomena menurunnya nilai-nilai kedisiplinan, empati, tanggung jawab sosial, dan etika dalam berinteraksi akibat dominasi budaya digital yang cenderung pragmatis dan instan (Dito & Pujiastuti, 2021).

Kondisi ini menjadi perhatian serius dalam dunia pendidikan, khususnya pada program studi Manajemen yang menuntut lulusannya memiliki karakter kepemimpinan dan tanggung jawab tinggi dalam menghadapi tantangan global. Penggunaan media digital yang masif dalam proses pembelajaran maupun aktivitas sehari-hari mahasiswa menimbulkan pertanyaan penting: apakah media digital turut berperan dalam pembentukan karakter mahasiswa, atau justru menjadi faktor yang melemahkan nilai-nilai karakter tersebut? Permasalahan ini mendorong perlunya kajian yang mendalam mengenai pengaruh media digital terhadap pembentukan karakter mahasiswa, khususnya di lingkungan pendidikan tinggi bidang manajemen.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas isu serupa. Penelitian oleh Fani (2022) meneliti pengaruh media sosial terhadap karakter remaja dan menemukan adanya korelasi negatif antara intensitas penggunaan *Instagram* dengan empati sosial. Penelitian dari Sobari (2024) mengkaji penggunaan *e-learning* terhadap karakter tanggung jawab mahasiswa dan menyimpulkan bahwa pembelajaran daring memiliki potensi memperkuat sekaligus melemahkan karakter tergantung pendekatannya. Sementara itu, studi oleh Muldiah (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa yang aktif menggunakan media digital untuk tujuan edukatif memiliki kesadaran etika digital lebih baik dibandingkan yang menggunakannya untuk hiburan semata.

Beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media digital memiliki efek yang kompleks terhadap pembentukan karakter. Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara spesifik menelaah pengaruh penggunaan media digital terhadap pembentukan karakter mahasiswa program studi Manajemen di tengah tuntutan era Industri 4.0. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada karakter secara umum, tanpa mengaitkannya dengan karakter profesional yang dibutuhkan dalam dunia manajerial. Hal ini menjadi *research gap* yang penting untuk diisi melalui penelitian ini (Krismawati, 2021)

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media digital terhadap pembentukan karakter mahasiswa manajemen, dengan fokus pada nilai-nilai karakter profesional seperti tanggung jawab, integritas, kerja sama, dan kepemimpinan. Diharapkan, hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi pembelajaran berbasis digital yang tidak hanya meningkatkan kompetensi akademik, tetapi juga memperkuat karakter mahasiswa dalam menghadapi tantangan global di era Industri 4.0.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional untuk mengkaji hubungan antara intensitas penggunaan media digital dan pembentukan karakter mahasiswa Program Studi Manajemen. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui

penyebaran angket tertutup kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu mahasiswa aktif yang secara rutin memanfaatkan media digital dalam kegiatan akademik dan sosialnya. Instrumen kuesioner disusun berdasarkan indikator yang relevan dan telah melalui proses uji validitas serta reliabilitas untuk memastikan kelayakan data. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik regresi linier sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 guna menguji sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara statistik (Sari, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media digital terhadap pembentukan karakter mahasiswa Program Studi Manajemen dalam konteks era Industri 4.0. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian disajikan dalam beberapa subbagian berikut:

1. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 100 mahasiswa aktif Program Studi Manajemen pada salah satu perguruan tinggi di Indonesia, yang sedang menempuh studi pada semester 3 hingga semester 7. Pemilihan responden ini dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif mereka dalam penggunaan media digital, baik dalam konteks akademik maupun kegiatan sosial. Rentang usia responden mayoritas berada pada usia produktif 19 hingga 22 tahun, mencerminkan kelompok usia yang berada dalam masa perkembangan karakter dan orientasi karier.

Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki intensitas penggunaan media digital yang cukup tinggi. Sebanyak 65% responden mengaku mengakses media digital lebih dari 4 jam per hari. Sementara itu, 25% responden menggunakan media digital antara 2 hingga 4 jam per hari, dan hanya 10% yang mengaksesnya kurang dari 2 jam. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa manajemen merupakan kelompok yang sangat akrab dengan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari, baik sebagai sarana belajar, komunikasi, maupun pengembangan diri.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lama Penggunaan Media Digital per Hari

Lama Penggunaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
< 2 jam	10	10%
2–4 jam	25	25%
> 4 jam	65	65%
Total	100	100%

2. Jenis Media Digital yang Digunakan Mahasiswa

Berdasarkan hasil survei, diketahui bahwa mahasiswa manajemen tidak hanya intens dalam menggunakan media digital, tetapi juga sangat beragam dalam memilih platform yang digunakan. Media digital yang paling dominan dimanfaatkan adalah YouTube edukatif, yang digunakan oleh 90% responden sebagai sumber pembelajaran visual dan pengayaan materi

kuliah. WhatsApp Group Kelas menjadi media komunikasi utama yang digunakan oleh 88% responden untuk diskusi dan koordinasi tugas kelompok.

Google Classroom, sebagai platform pembelajaran daring yang umum digunakan dalam lingkungan perguruan tinggi, digunakan oleh 83% responden. Di samping itu, sebanyak 72% mahasiswa mengakses Google Scholar untuk mencari referensi ilmiah, yang menunjukkan kepedulian terhadap validitas sumber informasi. Instagram dengan konten edukasi juga cukup populer di kalangan mahasiswa (65%), yang mencerminkan integrasi budaya visual dalam proses belajar informal. Sementara itu, platform LinkedIn digunakan oleh 40% responden, menunjukkan adanya kesadaran terhadap pengembangan karier dan citra profesional di dunia digital.

Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa memanfaatkan berbagai jenis media digital tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat pengembangan diri dan akademik. Hal ini menunjukkan bahwa media digital memiliki potensi besar dalam membentuk karakter mahasiswa, terutama dalam hal kemandirian belajar, komunikasi, tanggung jawab, dan profesionalisme.

Tabel 2. Jenis Media Digital yang Paling Sering Digunakan Mahasiswa

Media Digital	Frekuensi Pengguna	Persentase (%)
YouTube Edukatif	90	90%
WhatsApp Group Kelas	88	88%
Google Classroom	83	83%
Google Scholar	72	72%
Instagram (konten edukasi)	65	65%
LinkedIn	40	40%

3. Aspek Karakter yang Terbentuk melalui Media Digital

Karakter mahasiswa Program Studi Manajemen yang diteliti dalam konteks ini difokuskan pada empat dimensi utama yang mencerminkan karakter profesional, yakni tanggung jawab, kerja sama, integritas, dan kepemimpinan. Keempat dimensi tersebut dipilih sebagai representasi nilai karakter yang dibutuhkan oleh lulusan manajemen dalam menjawab tantangan global pada era Industri 4.0. Pengukuran dilakukan melalui instrumen kuesioner dengan skala Likert 1–5, di mana nilai 1 merepresentasikan sangat tidak setuju dan nilai 5 berarti sangat setuju. Berdasarkan hasil tabulasi data, diperoleh rata-rata skor tertinggi pada dimensi tanggung jawab (4,31) yang tergolong kategori sangat baik, diikuti oleh kerja sama (4,20) dan integritas (4,05) dalam kategori baik. Sementara itu, aspek kepemimpinan memperoleh rata-rata skor 3,88 yang masih berada dalam kategori cukup baik.

Hasil ini mengindikasikan bahwa penggunaan media digital cenderung mendukung pembentukan nilai tanggung jawab mahasiswa, khususnya dalam menyelesaikan tugas-tugas akademik secara mandiri dan tepat waktu. Media digital seperti Google Classroom, WhatsApp Group kelas, dan platform diskusi daring telah menjadi sarana yang memperkuat budaya kolaboratif dan kedisiplinan. Namun, skor yang relatif lebih rendah pada aspek kepemimpinan menunjukkan bahwa peran media digital dalam mendorong kepemimpinan mahasiswa masih perlu dimaksimalkan melalui kegiatan yang lebih interaktif dan berbasis proyek kelompok.

Tabel 3. Aspek Karakter yang Dominan Terbentuk

Aspek Karakter	Rata-rata Skor	Kategori Dominan
Tanggung Jawab	4,31	Sangat Baik
Kerja Sama	4,20	Baik
Integritas	4,05	Baik
Kepemimpinan	3,88	Cukup Baik

Skala Likert: 1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju

4. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media digital terhadap pembentukan karakter mahasiswa, dilakukan analisis regresi linier sederhana. Variabel independen dalam penelitian ini adalah intensitas dan jenis penggunaan media digital, sementara variabel dependen adalah karakter mahasiswa yang diukur berdasarkan indikator profesionalitas yang telah ditentukan. Hasil perhitungan dengan software SPSS versi 25 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi (β) sebesar 0,642 dengan tingkat signifikansi $p = 0,000$ ($< 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan antara penggunaan media digital dan pembentukan karakter mahasiswa bersifat positif dan signifikan secara statistik. Artinya, semakin tinggi intensitas dan kualitas pemanfaatan media digital, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa memiliki karakter profesional yang baik.

Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,412 mengandung makna bahwa sekitar 41,2% variasi pembentukan karakter mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan media digital. Sementara 58,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal lain, seperti pengaruh keluarga, pengalaman organisasi, budaya akademik kampus, serta faktor internal seperti motivasi pribadi dan nilai-nilai individu yang dibawa dari lingkungan sebelumnya.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien (β)	Signifikansi (p)
Penggunaan Media Digital (X)	0,642	0,000
R-Square (R^2)	0,412	-

Secara keseluruhan, hasil ini memperkuat hipotesis bahwa media digital bukan hanya menjadi alat bantu dalam aktivitas akademik, tetapi juga memiliki kapasitas untuk membentuk karakter mahasiswa, terutama bila digunakan secara terarah dan berlandaskan nilai-nilai pembelajaran aktif. Hal ini selaras dengan urgensi pendidikan karakter di era Industri 4.0 yang tidak dapat dilepaskan dari ekosistem digital.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media digital memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk karakter mahasiswa, terutama pada aspek karakter profesional seperti tanggung jawab, integritas, kolaborasi, dan kepemimpinan. Keterlibatan aktif mahasiswa dalam penggunaan berbagai platform digital baik dalam proses pembelajaran daring, diskusi kelompok virtual, maupun pencarian referensi akademik mendorong terjadinya internalisasi nilai-nilai karakter tersebut secara lebih kontekstual. Akses yang lebih terbuka terhadap informasi dan interaksi lintas ruang melalui media digital

turut memperkuat kesadaran akan pentingnya etika berteknologi dan tanggung jawab sosial dalam konteks akademik maupun profesional.

Temuan ini mendukung hasil penelitian Krismawati (2021) yang mengemukakan bahwa penggunaan media digital dalam aktivitas akademik berkorelasi dengan meningkatnya etika digital dan rasa tanggung jawab mahasiswa. Selanjutnya, studi yang dilakukan oleh Muldiah (2023) juga menegaskan bahwa integrasi media digital dalam pembelajaran berbasis proyek dapat menumbuhkan sikap kerja sama dan kesadaran kolektif dalam menyelesaikan tugas. Sejalan dengan itu, Aisyah & Komarudin (2025) menyoroti pentingnya pendekatan pedagogis yang tepat dalam sistem e-learning untuk memastikan pembentukan karakter berlangsung secara efektif.

Namun demikian, pemanfaatan media digital tidak selalu berdampak positif jika tidak disertai dengan arahan dan pengawasan yang memadai. Penelitian oleh Fani (2022) memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial secara berlebihan, terutama untuk hiburan semata, berisiko mengikis empati sosial dan menumbuhkan kecenderungan individualisme. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan strategis dari institusi pendidikan tinggi untuk mengarahkan penggunaan media digital ke arah yang produktif dan membangun, antara lain melalui penguatan literasi digital, pembelajaran berbasis nilai, serta integrasi pendidikan karakter dalam kurikulum yang adaptif terhadap perkembangan teknologi (Nurhabibi, 2025).

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam merumuskan arah kebijakan pendidikan karakter berbasis teknologi di perguruan tinggi, khususnya dalam mencetak lulusan program studi manajemen yang tidak hanya kompeten secara akademik, tetapi juga memiliki integritas dan nilai-nilai profesional yang kokoh. Pemanfaatan media digital yang cerdas dan terarah diyakini dapat menjadi sarana efektif dalam memperkuat moralitas dan etika kepemimpinan mahasiswa sebagai calon pelaku utama dalam dunia kerja di masa mendatang (Budi et al., 2021).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan media digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan karakter mahasiswa, khususnya dalam aspek karakter profesional seperti tanggung jawab, kerja sama, integritas, dan kepemimpinan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas dan kualitas penggunaan media digital oleh mahasiswa, semakin kuat pula pembentukan karakter positif yang mendukung kesiapan mereka dalam menghadapi dunia kerja di era Industri 4.0. Media digital seperti YouTube edukatif, WhatsApp Group kelas, Google Classroom, dan Google Scholar terbukti tidak hanya berperan sebagai sarana pembelajaran, tetapi juga sebagai media yang membentuk pola pikir, perilaku, dan nilai-nilai profesional. Meskipun demikian, penggunaan media digital yang tidak terarah dan berlebihan berpotensi melemahkan karakter mahasiswa, terutama jika digunakan hanya untuk hiburan tanpa adanya kontrol atau literasi digital yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif institusi pendidikan tinggi dalam merancang strategi pembelajaran yang terintegrasi dengan teknologi, yang tidak hanya berfokus pada penguasaan materi, tetapi juga pembentukan karakter.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, I. S., & Komarudin, K. (2025). Implementation of E-Learning Based Learning at Islamic University of Nusantara (UNINUS). *Epistemic: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 4(1), 72–89. <https://doi.org/10.70287/epistemic.v4i1.395>
- Budi, B. B., Arif, E., & Roem, E. R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Menuju Masyarakat Cerdas Berpengetahuan. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>
- Dito, S. B., & Pujiastuti, H. (2021). Dampak Revolusi Industri 4.0 Pada Sektor Pendidikan: Kajian Literatur Mengenai Digital Learning Pada Pendidikan Dasar dan Menengah. *Jurnal Sains Dan Edukasi Sains*, 4(2), 59–65. <https://doi.org/10.24246/juses.v4i2p59-65>
- Fani. (2022). *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial 'Instagram' Terhadap Kepedulian Sosial pada Remaja Akhir*. 4(2), 34.
- Gunawan, A. (2024). *Kepemimpinan melayani di era digital: Mendorong komitmen dan perilaku positif pendidik dalam perguruan tinggi*. Selat Media.
- Krismawati. (2021). *Pembentukan Karakter Mahasiswa Milenial di Era Revolusi Industri 4.0*. 2(1), 43.
- Muldiah, S. (2023). Kesadaran Mahasiswa Dalam Beretika Di Zaman Era Digital. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Keislaman*, 3(2), 241–248. <https://doi.org/10.55883/jipkis.v3i2.75>
- Nurhabibi, N., Arifannisa, A., & Ismail, D. (2025). Strategi Lembaga Pendidikan Islam dalam Membentuk Karakter Siswa di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 5(2), 1–10. <https://doi.org/10.59818/jpi.v5i2.1527>
- Sari. (2025). *Perspektif Mahasiswa terhadap Penggunaan Medsos dan Prestasi Belajar Mahasiswa*. 3(4), 32.
- Sobari. (2024). *Manajemen Implementasi E-Learning di Dunia Pendidikan*. 32–98.