

ABSTRAK

**PENGARUH PERSONAL BRANDING, LITERASI DIGITAL, DAN
PENGUASAAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KESIAPAN
KERJA MAHASISWA AKUNTANSI UNIVERSITAS SANATA DHARMA**

Prisca Ken Pratiwi

NIM: 222114060

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

2026

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh personal branding, literasi digital, dan penguasaan teknologi informasi terhadap kesiapan kerja mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya tuntutan kompetensi di era digital, di mana mahasiswa tidak hanya dituntut untuk memiliki kemampuan akademik, tetapi juga keterampilan digital dan penguasaan teknologi informasi yang relevan dengan kebutuhan di dunia kerja.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan hasil jawaban dari responden yang dibagikan melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh dengan jumlah responden sebanyak 190 mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2022 dan 2023 Universitas Sanata Dharma. Teknik analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital dan penguasaan teknologi informasi berpengaruh terhadap kesiapan kerja mahasiswa. Di sisi lain, personal branding tidak berpengaruh terhadap kesiapan kerja mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma.

Kata Kunci: Personal Branding, Literasi Digital, Penguasaan Teknologi Informasi, Kesiapan Kerja

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF PERSONAL BRANDING, DIGITAL LITERACY,
AND INFORMATION TECHNOLOGY MASTERY ON THE WORK
READINESS OF ACCOUNTING STUDENTS AT SANATA DHARMA
UNIVERSITY***

Prisca Ken Pratiwi

NIM: 222114060

Sanata Dharma University Yogyakarta

2026

This research aims to analyze the influence of personal branding, digital literacy, and information technology proficiency on the work readiness of accounting students at Sanata Dharma University. This research is motivated by the increasing demand for competence in the digital era, where students are not only required to have academic abilities, but also digital skills and information technology proficiency that are relevant to the needs of the world of work.

This research was a quantitative study using a survey method. The data used in this study primary data obtained from the responses of respondents distributed through questionnaires. The sampling technique used saturated sampling with a total of 190 respondents from the Accounting Study Program, class of 2022 and 2023, at Sanata Dharma University. Data analysis was performed using multiple linear regression analysis.

The results of the study indicated that digital literacy and information technology proficiency influenced the work readiness of students. On the other hand, personal branding did not influence the work readiness of Accounting students at Sanata Dharma University.

Keywords: *Personal Branding, Digital Literacy, Information Technology Proficiency, Work Readiness*