PERSPEKTIF APLIKASI LINKEDIN TERHADAP PERSONAL BRANDING DALAM MENDAPAT PELUANG KERJA PADA GENERASI Z DI KOTA BEKASI

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMAD ADZAM PANGESTU

202110415150

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

PERSPEKTIF APLIKASI LINKEDIN TERHADAP PERSONAL BRANDING DALAM MENDAPAT PELUANG KERJA PADA GENERASI Z DI KOTA BEKASI

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMAD ADZAM PANGESTU

202110415150

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Perspektif Aplikasi Linkedin Terhadap Pembentukan Personal Branding Dalam Mendapat Peluang Kerja Pada Generasi Z Di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Muhamad Adzam Pangestu

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110415150

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Sidang Skripsi : 21 Juli 2025

Jakarta, 04 Agustus 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Ari Sulistyanto. S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0303077002

Perspektif Aplikasi.., Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Perspektif Aplikasi Linkedin Terhadap Pembentukan Personal Branding Dalam Mendapat Peluang Kerja Pada Generasi Z
Nama Mahasiswa	: Muhamad Adzam Pangestu
Nomer Pokok Mahasiswa	: 202110415150
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Sidang Skripsi	: 21 Juli 2025

Jakarta, 4 Agustus 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dwinarko,M.M., M.H. .....
NIDN:0312026604

Penguji : Drs. Ari Sulistyanto. S.Sos., M.I.KOM .....
NIDN: 0303077002

Seketaris Penguji : Fikri Reza, S.I.P., M.SI .....
NIDN: 0330077702

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si.	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP.2203551	NIP. 1908425

Perspektif Aplikasi..., Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang Perspektif aplikasi Linkedin Terhadap Pembentukan Personal Branding Dalam Mendapat peluang kerja pada generasi Z di kota bekasi, ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan di fotocopy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangakata Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bahayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 4 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan



Muhamad Adzam Pangestu

202110415

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Muhamad Adzam Pangestu. 202110415150. Perspektif aplikasi Linkedin Terhadap Pembentukan Personal Branding Dalam Mendapat peluang kerja pada generasi Z di kota bekasi. Di era digital saat ini, LinkedIn menjadi salah satu media sosial profesional yang berperan penting dalam dunia kerja, khususnya dalam membangun personal branding. Generasi Z sebagai generasi yang akrab dengan teknologi memiliki potensi besar dalam memanfaatkan platform ini untuk menampilkan keahlian, pengalaman, dan identitas profesional mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penggunaan LinkedIn berPerspektif terhadap pembentukan personal branding guna mendukung peluang kerja di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel terdiri dari 101 responden Generasi Z yang berdomisili di Kota Bekasi dan menggunakan LinkedIn secara aktif. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan LinkedIn memiliki Perspektif signifikan terhadap pembentukan personal branding. Fitur-fitur LinkedIn seperti profil profesional, koneksi, dan aktivitas berbagi konten terbukti mampu meningkatkan kepercayaan diri dan daya saing pengguna dalam mencari pekerjaan.

Kata Kunci: LinkedIn, Personal Branding, Generasi Z, Media Sosial, Peluang Kerja.

ABSTRACK

Muhamad Adzam Pangestu. 202110415150. *The Perspective of the Linkedin Application on the Formation of Personal Branding in Obtaining Job Opportunities for Generation Z in Bekasi City. In today's digital era, LinkedIn has become one of the most important professional social media platforms in the job market, particularly in building personal branding. Generation Z, known for their familiarity with technology, has great potential to use this platform to showcase their skills, experience, and professional identity. This study aims to find out whether LinkedIn usage influences the formation of personal branding to support job opportunities among Generation Z. This research uses a quantitative approach with a survey method. The sample consists of 101 Generation Z respondents living in Bekasi City who actively use LinkedIn. Data was collected using a questionnaire and analyzed using simple linear regression. The results of the study show that LinkedIn usage has a significant influence on the formation of personal branding. LinkedIn features such as professional profiles, networking, and content sharing activities are proven to enhance users' confidence and competitiveness in job searching.*

***Keywords**: LinkedIn, Personal Branding, Generation Z, Social Media, Job Opportunities.*

Perspektif Aplikasi.., Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan judul "PERSPEKTIF APLIKASI LINKEDIN TERHADAP PERSONAL BRANDING DALAM MENDAPAT PELUANG KERJA PADA GENERASI Z DI KOTA BEKASI", Penyusunan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk beralih ke tahap penyusunan skripsi dalam program Strata-1 di Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini, maka peneliti banyak mendapatkan bantuan, dukungan bimbingan, dan arahan berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada keluarga tercinta, yaitu Ayahanda Eko Purwanto dan Ibunda Rusmini, serta adik saya Novita Bunga Saskia. Karena telah mendoakan dan mendukung peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., HC Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Ari Sulistyanto. S.Sos., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan saran, memberikan masukan, dan memotivasi peneliti dalam penelitian ini.
5. Bapak Pagi Muhammad, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pengampu akademik Peneliti.

Perspektif Aplikasi... Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Dipindai dengan CamScanner

6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh jajaran civitas akademika yang turut berperan penting dalam penelitian ini.

7. Teman-teman dekat peneliti selama perkuliahan yaitu Firas Gibran, gilang utomo, fia, dila, Inesha Maharani, Ivo, Andini, Santoso, Rahma, Fabiyan Arya, Angga, Erlan, Elly putri, Eza putri, Fauzan Qushoyyi, Howard, Junita, Suci, Anisa, Caca, Erina, Bintang, Irul, Yanuar, Hirzi, Palepi, Irfan, yang telah menghibur peneliti selama penulisan skripsi ini.

8. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2021 Fikom yang telah banyak memberikan doa dan dukungan kepada peneliti. Peneliti menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari semua pihak di atas, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik.

Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, dengan senang hati peneliti berharap mendapatkan saran dan kritik yang membangun demi kebaikan dan kesempurnaan sehingga skripsi ini dapat berkembang lebih lanjut dan bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 4 Agustus 2025

Penulis

Muhamad Adzam Pangestu

202110415150

Perspektif Aplikasi_, Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACK ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR BAGAN ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Pertanyaan Penelitian 7
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Manfaat penelitian 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
2.1 Penelitian Terdahulu 10
2.2 Tinjauan konseptual 17
2.2.1 Media sosial 17
2.2.2 Linkedin 20
2.2.3 Personal Branding 21
2.3 Tinjauan Teoretis 22
2.3.1 *Uses and Gratifications* 22
2.4 Kerangka Berfikir 24
2.5 Hipotesis 25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **27**
3.1 Pendekatan Penelitian 27
3.2 Desain penelitian 28
3.3 Populasi dan Sampel 29

Perspektif Aplikasi.., Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

3.3.1 Populasi 29
3.3.2 Sampel 30
3.4 Operasional Variabel 31
3.5 Uji validitas dan Reliabilitas 33
3.5.1 Uji Validitas 33
3.5.2 Uji Reliabilitas 34
3.6 Tenik Analisis Data 35
3.7 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis 36
3.7.1 Metode analisis data 36
3.7.2 Pengujian Hipotesis 37
3.8 Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas Dan Heteroskedastisitas) 38
3.8.1 Uji Normalitas 38
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas 38
3.9 Tempat dan Waktu Penelitian 39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 40
4.1 Karakteristik Responden 40
4.1.1 Jenis Kelamin Responden 40
4.1.2 Usia Responden 41
4.3 Uji Instrumen 58
4.3.1 Uji Validitas 58
4.3.2 Hasil Reliabilitas Awal 62
4.3.3 Hasil Reliabilitas 63
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik 63
4.4.1 Uji Normalitas 63
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas 65
4.5 Analisis Variabel 66
4.5.1 Uji Regresi Linear Sederhana 66
4.6 Uji Hipotesis 67
4.7 Pembahasan 70
BAB V PENUTUP 73
5.1 Kesimpulan 73
5.2 Saran 74
DAFTAR PUSTAKA 27
LAMPIRAN 32

Perspektif Aplikasi.., Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 10
Tabel 3. 1 Operasional Variabel..... 31
Tabel 3. 2 *Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi* 35
Tabel 3. 3 Tabel Waktu Penelitian..... 39
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden Awal 40
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden 40
Tabel 4. 3 Usia Responden 41
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskripsi Varia 42
Tabel 4. 5 Indikator Perspektif LikedIn 42
Tabel 4. 6 Indikator Peluang Kerja 42
Tabel 4. 7 Penilaian Responden X1 43
Tabel 4. 8 Penilaian Responden X2 43
Tabel 4.9 Penilaian Responden X3 43
Tabel 4.10 Penilaian Responden X4 44
Tabel 4.11 Penilaian Responden X5..... 44
Tabel 4.12 Penilaian Responden X6..... 45
Tabel 4.13 Penilaian Responden X7..... 45
Tabel 4.14 Penilaian Responden X8..... 45
Tabel 4.15 Penilaian Responden X9..... 46
Tabel 4.16 Penilaian Responden X10..... 46
Tabel 4.17 Penilaian Responden X11..... 46
Tabel 4.18 Penilaian Responden X12..... 47
Tabel 4.19 Penilaian Responden X13..... 47
Tabel 4.20 Penilaian Responden X14..... 47
Tabel 4.21 Penilaian Responden X15..... 48
Tabel 4.22 Penilaian Responden X16..... 48
Tabel 4.23 Penilaian Responden X17..... 49
Tabel 4.24 Penilaian Responden X18..... 49
Tabel 4.25 Penilaian Responden X19..... 49

Perspektif Aplikasi.., Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Tabel 4.26 Penilaian Responden X20 50
Tabel 4.27 Penilaian Responden Y1 50
Tabel 4.28 Penilaian Responden Y2 51
Tabel 4.29 Penilaian Responden Y3 51
Tabel 4.30 Penilaian Responden Y4 51
Tabel 4.31 Penilaian Responden Y5 52
Tabel 4.32 Penilaian Responden Y6 52
Tabel 4.33 Penilaian Responden Y7 52
Tabel 4.34 Penilaian Responden Y8 53
Tabel 4.35 Penilaian Responden Y9 53
Tabel 4.36 Penilaian Responden Y10 54
Tabel 4.37 Penilaian Responden Y11 54
Tabel 4.38 Penilaian Responden Y12 54
Tabel 4.39 Penilaian Responden Y13 55
Tabel 4.40 Penilaian Responden Y14 55
Tabel 4.41 Penilaian Responden Y15 55
Tabel 4.42 Penilaian Responden Y16 56
Tabel 4.43 Penilaian Responden Y17 56
Tabel 4.44 Penilaian Responden Y18 57
Tabel 4.45 Penilaian Responden Y19 57
Tabel 4.46 Penilaian Responden Y20 57
Tabel 4.47 Uji Validitas Awal 58
Tabel 4.48 Uji Validitas Perspektif Aplikasi LinkidIn 59
Tabel 4.49 Uji Validitas Personal Branding Pada Generasi Z Di Kotas Bekasi 61
Tabel 4.50 Uji Reliabilitas Awal 62
Tabel 4.51 Uji Reliabilitas 62
Tabel 4.52 Hasil Uji Normalitas 64
Tabel 4.53 Hasil Uji Heteroskedastisitas 65
Tabel 4.54 Regresi Linear Sederhana 65
Tabel 4.55 *Variables Entered* 66
Tabel 4.56 Model *Summary* 67

Perspektif Aplikasi.., Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Tabel 4. 57 Anova 67
Tabel 4. 58 *Coefficients* 68

Perspektif Aplikasi.., Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Aktif Sosial Media.....1
Gambar 1.2 Profil Pengguna Sosial Media 2
Gambar 1.3 Grafik Pengguna Linkedin 3
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....64

Perspektif Aplikasi.., Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran 24

Perspektif Aplikasi.., Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

1. Biodata Mahasiswa
2. Kartu Bimbingan Skripsi
3. Tabel Data Mentahan Variabel Y
4. Tabel Data Mentahan Variabel X
5. Tabel Hasil Uji

Perspektif Aplikasi.., Muhamad Adzam Pangestu, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025