

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

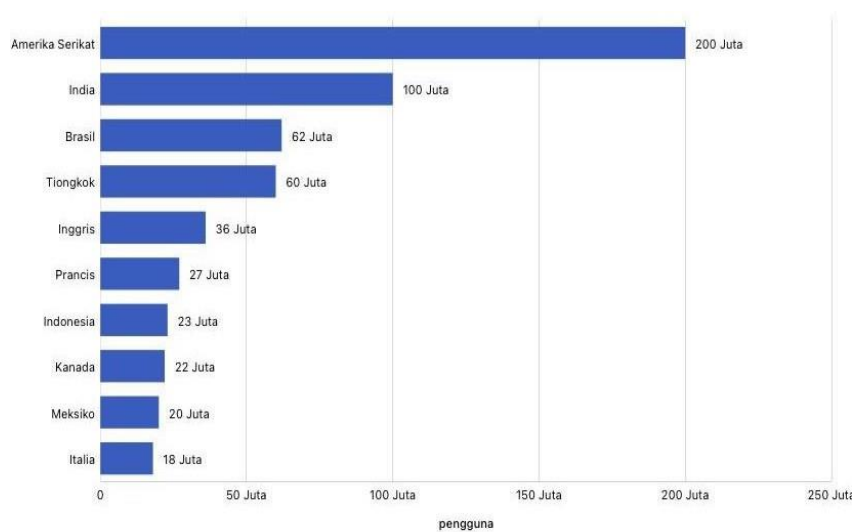
Saat ini, platform media sosial menyajikan banyak informasi mulai dari kehidupan, hiburan, pendidikan, bahkan informasi tentang pekerjaan. Media sosial sebagai Sarana informasi di dunia pekerjaan sangatlah menjamur di berbagai kalangan termasuk salah satunya *Fresh Graduate*. Adapun platform media sosial di dunia pekerjaan yaitu media sosial LinkedIn. LinkedIn adalah sebuah jejaring sosial (*social networking*) yang didirikan oleh Reid Hoffman yang dibuat pada Desember 2002 dan diresmikan pada 5 Mei 2003 di California, Amerika Serikat (Andina, N. I., Poerana, A. F., & Kusumaningrum, R. 2022).

LinkedIn merupakan jejaring sosial pertama yang didedikasikan untuk bisnis. LinkedIn menjadi jejaring sosial yang menghubungkan antar profesional, yang memberikan wadah untuk banyak orang menunjukkan kemampuan atau keahlian seseorang. Pencari kerja menggunakan platform LinkedIn untuk melamar sebuah pekerjaan, dan perekrut menggunakan platform tersebut untuk menawarkan pekerjaan kepada orang tertentu (Hardani, 2020).

Dilansir dari Databoks menyatakan bahwa pengguna LinkedIn di Indonesia menempati urutan peringkat ke-7 di dunia. Kemudian dilansir oleh Databoks pada Juli 2023 terdapat 24,9 juta pengguna LinkedIn di wilayah Indonesia. Berdasarkan data Napoleon Cat, bagian terbesar dari pengguna media sosial yang berinteraksi dengan jaringan profesional ini yaitu generasi milenial. Sekitar 16 juta pengguna atau 64,2% dari semua pengguna LinkedIn di AS, berusia antara 24 dan 34 tahun.

Selanjutnya, sekitar 6,6 juta orang atau 26,5% dari keseluruhan basis pengguna LinkedIn di Indonesia, kisaran berusia antara 18 sampai 24 tahun. Kemudian data pengguna aktif LinkedIn dalam negeri mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, untuk tahun 2024 bulan Maret meningkat menjadi 28,26 juta (Databoks, 2023).

**Gambar 1. 1 Negara Pengguna LinkedIn Terbanyak**



Sumber: DataBoks.com

Di era digital saat ini, Pengguna platform LinkedIn sangatlah populer dikalangan masyarakat khususnya *Fresh Graduate*, kalangan *Fresh Graduate* ini menghadapi persaingan dan tantangan yang semakin ketat dalam mencari pekerjaan, hal ini dikarenakan keinginan untuk bekerja dari seorang *Fresh Graduate* yang baru lulus kuliah. *Fresh Graduate* perlu memantau pasar kerja yang kompetitif, mengidentifikasi peluang yang diminati, dan mempersiapkan diri untuk memasuki dunia profesional (Ula, F. L. 2021).

Dengan hal tersebut, mereka sering kali menghadapi tantangan seperti

kurangnya pengalaman dan keterbatasan akses informasi mengenai peluang kerja yang sesuai dengan kualifikasi mereka. Universitas Pasundan Bandung, seperti institusi pendidikan lainnya, menghasilkan sejumlah besar lulusan setiap tahunnya yang siap memasuki dunia kerja. Meskipun begitu, tidak semua lulusan tersebut memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk memanfaatkan platform seperti LinkedIn dalam mencari pekerjaan.

Salah satu *Fresh Graduate* ataupun lulusan baru dari Universitas Pasundan Bandung yang aktif dalam menggunakan LinkedIn yakni Ken Sofya Arini S.H. Sebagai seorang *Fresh Graduate*, Ken Sofya Arini memanfaatkan LinkedIn dengan aktif untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam proses pencarian kerja. Melalui platform ini, ia berhasil mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan minat dan keahliannya. Hal ini disebabkan oleh kemudahan mendapatkan informasi dan membangun jaringan melalui platform LinkedIn ini. Selain itu, LinkedIn juga dapat meningkatkan profil dan peluang bagi pengguna untuk menemukan pekerjaan yang cocok dengan minat dan keahlian mereka. sehingga membuatnya lebih mudah ditemukan oleh perekrut.

Dalam konteks ini LinkedIn dinyatakan sebagai media yang tepat untuk membantu para *Fresh Graduate* dalam mengatasi tantangan pencarian pekerjaan dan memperluas jaringan profesional, dikarenakan media tersebut dapat membangun *personal branding*, membangun koneksi dengan banyak orang, memberikan berita atau isu terkini di dunia profesi yang dimana hal tersebut sangatlah membantu untuk para lulusan baru atau *Fresh Graduate* yang hendak mencari pekerjaan. LinkedIn telah menjadi platform yang kuat dan sangat

bermanfaat bagi individu, terutama pada kalangan *Fresh Graduate*, untuk memanfaatkan informasi lapangan pekerjaan dengan lebih mudah dan efektif (Wiguna, G. L. 2023). Pengguna LinkedIn sebagai sarana pemanfaatan informasi lapangan pekerjaan memberikan potensi yang sangat besar dan cangkupan yang luas bagi peningkatan peluang karir dan pertumbuhan kerja secara profesional.

Sejalan dengan hal tersebut, manusia sangat erat kaitannya dengan istilah makhluk sosial, manusia tentunya tidak bisa lepas dari kegiatannya untuk bersosialisasi dengan individu lainnya, dan dengan sosialisasi tersebutlah manusia memerlukan komunikasi sehingga timbulah interaksi dalam kehidupan manusia. Adapun proses komunikasi dapat dibagi menjadi dua tahap yaitu yang pertama adalah proses komunikasi primer yang dimana proses tersebut adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Media kedua yang dimaksud ini adalah suatu proses komunikasi seperti surat, tv, telepon seluler, internet dan lain-lain (A. Muri Yusuf. 2017). Media inilah yang digunakan karena letak komunikator dan komunikan berada di tempat yang relatif jauh dan dimaksudkan agar proses komunikasi berjalan dengan lancar.

Berkembang pesatnya teknologi komunikasi dan informasi sebagai media baru menjadikan arus teknologi komunikasi mengalir sangat cepat dan meretas pola pikir banyak orang yang dimana dapat membentuk suatu sudut pandang, tujuan hidup dan bahasa komunikasi manusia yang tidak lepas dari suatu perkembangan teknologi. Komunikasi secara tidak langsung membuat banyak orang menjadi masyarakat informasi. Konsep *Information Society* atau masyarakat informasi di

Indonesia sudah lama dikumandangkan. Sebagai masyarakat yang sedang berada dalam era transisi menuju masyarakat informasi, terdapat perubahan pola gaya hidup terutama dalam mengakses dan menyalurkan informasi.

Perangkat komunikasi yang digunakan sebagai sarana informasi tidak hanya komputer tetapi juga telepon seluler, *personal data assistant*, tab atau gadget lain yang terhubung internet yang tidak sekedar menawarkan fitur telekomunikasi tetapi juga akses data (Hardani, 2020). Selain dari perangkat tersebut yang dapat mengirim pesan secara lisan maupun tulisan, kini internet juga berperan sebagai sumber informasi yang jaringannya meluas ke seluruh dunia bahkan saat ini internet menjadi salah satu alternatif sumber informasi masyarakat modern yang dimana memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Dalam beberapa penelitian sebelumnya, penelitian Elina Warni Siregar (2020) dan Novian Miftachul Saliem (2023) menggunakan topik penggunaan LinkedIn. Elina Warni Siregar mengkaji efektifitas komunikasi aplikasi LinkedIn sebagai informasi lowongan kerja bagi alumni Universitas Riau, sedangkan Novian Miftachul Saliem meneliti *personal branding* melalui LinkedIn di kalangan mahasiswa Universitas Sebelas Maret. Namun, tidak ada penelitian yang secara khusus mengeksplorasi pengalaman *Fresh Graduate* Universitas Pasundan Bandung dalam menggunakan LinkedIn sebagai informasi pekerjaan. Gap ini menunjukkan bahwa masih ada kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut yang berfokus pada bagaimana *Fresh Graduate* memanfaatkan LinkedIn untuk mencari pekerjaan dan bagaimana platform ini membantu membangun karir profesional.

Penelitian ini akan memberikan wawasan baru tentang peran LinkedIn dalam transisi dari dunia pendidikan ke dunia kerja di kalangan *Fresh Graduate*.

Mengacu pada uraian diatas, peneliti memilih meneliti terkait penggunaan media sosial LinkedIn dikarenakan ingin mengkaji lebih dalam bagaimana fenomena media sosial LinkedIn di kalangan *Fresh Graduate* Universitas Pasundan Bandung, berdasarkan latar belakang yang ada, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai fenomena LinkedIn di lingkungan sekitar. Berdasarkan uraian pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mengangkat persoalan tersebut ke dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Fenomena Penggunaan Media Sosial LinkedIn Sebagai Informasi Lapangan Pekerjaan (Studi Fenomenologi Pada *Fresh Graduate* Universitas Pasundan Bandung Mengenai LinkedIn Sebagai Informasi Lapangan Pekerjaan)”**. Maksud dari topik penelitian ini menekankan pada bagaimana tanggapan dan persepsi *Fresh Graduate* terhadap penggunaan media sosial LinkedIn sebagai informasi lapangan pekerjaan. Hal ini selaras dengan adanya kemajuan teknologi yang menjadi pondasi terciptanya berbagai media sosial.

Sejalan dengan permasalahan sebelumnya, peneliti juga tertarik untuk mengkaji lebih dalam terkait faktor-faktor dan bagaimana peningkatan pemahaman *Fresh Graduate* setelah menggunakan LinkedIn terhadap kecepatan memperoleh pekerjaan. Setelah mengkaji permasalahan tersebut, penulis berharap kajian ini dapat menjadi salah satu bahan literatur serta memperluas wawasan dan pengetahuan pembaca dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya terkait penggunaan media sosial untuk informasi lapangan pekerjaan.

## **1.2 Fokus Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka dapat dirumuskan fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Fenomena Penggunaan Media Sosial LinkedIn Sebagai Informasi Lapangan Pekerjaan”.

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dijelaskan diatas, maka pertanyaan penelitian utama dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana motif *Fresh Graduate* Universitas Pasundan Bandung dalam penggunaan LinkedIn sebagai informasi lapangan pekerjaan?
2. Bagaimana *Fresh Graduate* Universitas Pasundan Bandung memaknai penggunaan LinkedIn sebagai informasi lapangan pekerjaan?
3. Bagaimana tindakan *Fresh Graduate* Universitas Pasundan Bandung dalam penggunaan LinkedIn sebagai informasi lapangan pekerjaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini untuk menjawab semua pertanyaan yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang harus dicari gambarnya dan tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui motif *Fresh Graduate* Universitas Pasundan Bandung dalam penggunaan LinkedIn sebagai informasi lapangan pekerjaan.

2. Untuk mengetahui *Fresh Graduate* Universitas Pasundan Bandung memaknai penggunaan LinkedIn sebagai informasi lapangan pekerjaan.
3. Untuk mengetahui tindakan *Fresh Graduate* Universitas Pasundan Bandung dalam penggunaan LinkedIn sebagai informasi lapangan pekerjaan.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan referensi terkait dengan topik yang diteliti. Kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara keseluruhan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan Ilmu Komunikasi.

#### **1. Kegunaan secara teoritis**

Peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan kegunaan teoritis yang diharapkan berguna, seperti:

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam ruang lingkup kajian komunikasi, media sosial, dan media baru.
- 2) Serta dapat memberikan manfaat dan masukan bagi penggunaan metode penelitian kualitatif khususnya yang menggunakan teori fenomenologi dalam bidang ilmu komunikasi.

#### **2. Kegunaan secara praktis**

Peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan kegunaan praktis yang diharapkan berguna, seperti:



- 1) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber ide, inspirasi, dan informasi yang berguna bagi peneliti lainnya yang melakukan penelitian dengan kajian yang serupa mengenai fenomena media sosial LinkedIn sebagai informasi lapangan pekerjaan.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi *Fresh Graduate* mengenai strategi efektif dalam menggunakan LinkedIn untuk mencari informasi pekerjaan dan memperluas jaringan profesional