

Hubungan Penggunaan LinkedIn dengan Akses Informasi Dunia Kerja pada Fresh Graduate Komunikasi Digital dan Media

The Relationship Between LinkedIn Usage and Access to Job Market Information Among Fresh Graduate Students of Digital Communication and Media.

¹Ferdi Rizki Yudianto

²Abung Supama Wijaya

³Guruh Ramdani

¹Mahasiswa Komunikasi Digital & Media IPB University

²Dosen Sekolah Vokasi IPB University

³Dosen Sekolah Vokasi IPB University

Alamat: Jl Raya Pajajaran, Bogor, Jawa Barat

E-mail: [¹ferdirizki@apps.ipb.ac.id](mailto:ferdirizki@apps.ipb.ac.id), [²abungsupama@apps.ipb.ac.id](mailto:abungsupama@apps.ipb.ac.id),
[³guruh.r@apps.ipb.ac.id](mailto:guruh.r@apps.ipb.ac.id)

Dikirim: 13 Agustus 2025, Direvisi: 26 Agustus 2025, Diterima: 15 Desember 2025, Terbit: 17 Desember 2025. Sitasi: Yudianto, Ferdi, dkk (2025), Hubungan Penggunaan LinkedIn dengan Akses Informasi Dunia Kerja pada Fresh Graduate Komunikasi Digital dan Media. Promedia: Public Relation dan Media Komunikasi, 11 (2), 361-369.

Abstract

The rapid development of digital technology has transformed the way individuals access information, build professional identity, and prepare for the job market. LinkedIn has become a professional social media platform that effectively supports job searching, networking, and obtaining career-related insights. This study examines the relationship between LinkedIn usage and access to job market information among fresh graduates of the Digital Communication and Media program at IPB University's Vocational School. Using a quantitative method with purposive sampling on 102 respondents, the results show a very strong and significant correlation ($r = 0.754$; $p < 0.001$). These findings highlight LinkedIn's essential role in enhancing graduates' career readiness in the digital era.

Keywords: LinkedIn, Fresh Graduate, Digital Communication, Job Market Information.

Abstraksi

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu mencari informasi, membangun identitas profesional, serta menyiapkan diri menghadapi dunia kerja. LinkedIn kini dipandang sebagai media sosial profesional yang efektif untuk mendukung pencarian kerja, memperluas jaringan, dan memperoleh informasi karier. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penggunaan LinkedIn dengan akses informasi dunia kerja pada fresh graduate Program Studi Komunikasi Digital dan Media di Sekolah Vokasi IPB University. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 102 responden, hasil penelitian menunjukkan terdapat korelasi sangat kuat dan signifikan ($r = 0,754$; $< 0,001$). Temuan ini menegaskan bahwa LinkedIn berperan penting dalam meningkatkan kesiapan kerja lulusan di era digital.

Kata Kunci: LinkedIn, Fresh Graduate, Komunikasi Digital, Informasi Dunia Kerja.

I. PENDAHULUAN

Perubahan teknologi digital telah membawa dampak besar terhadap cara masyarakat mengakses informasi, membangun identitas profesional, hingga mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. Media sosial kini tidak sekadar berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam mendukung pengembangan karier. Salah satu platform yang paling populer adalah LinkedIn, yang memiliki lebih dari 700 juta pengguna di seluruh dunia (LinkedIn, 2023).

Bagi lulusan baru, keterbatasan akses informasi dunia kerja sering menjadi hambatan dalam transisi dari dunia akademik menuju lingkungan profesional. Sejumlah penelitian sebelumnya menegaskan kontribusi LinkedIn dalam personal branding, perluasan jaringan, serta peningkatan peluang kerja (Wulandari & Mustikawati, 2021; Karina & Yuliana, 2023).

Untuk menjelaskan perilaku penggunaan media digital, penelitian ini menggunakan Uses and Gratifications Theory (UGT) (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974) yang menekankan bahwa individu secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, termasuk pencarian informasi, penguatan identitas profesional, dan jejaring sosial. Selain itu, digunakan pula pendekatan Information Seeking Behavior untuk memahami bagaimana mahasiswa mencari, memilih, dan memanfaatkan informasi yang tersedia melalui LinkedIn.

Namun, sebagian besar studi masih menitikberatkan pada pemanfaatan LinkedIn secara umum. Belum banyak penelitian yang fokus pada hubungan penggunaan LinkedIn dengan akses informasi dunia kerja, khususnya bagi lulusan vokasi yang dituntut lebih siap menghadapi pasar kerja. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antara penggunaan LinkedIn dengan akses informasi dunia kerja pada fresh graduate Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University.

II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Tujuannya adalah menelaah

hubungan antara penggunaan LinkedIn (X) dengan akses informasi dunia kerja (Y).

Populasi penelitian adalah seluruh lulusan angkatan 56 dan 57 Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University, sebanyak 572 orang. Dengan teknik purposive sampling dan kriteria tertentu:

1. Lulusan program tersebut,
2. Memiliki atau pernah menggunakan akun LinkedIn,
3. Bersedia menjadi responden.

Diperoleh 102 orang responden.

B. Pengumpulan Data

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert empat poin. Variabel penggunaan LinkedIn diukur melalui empat indikator: kebutuhan informasi, pembentukan identitas profesional, interaksi dan jaringan, serta pengembangan karier. Variabel akses informasi dunia kerja mencakup pencari informasi, sumber informasi, relevansi, dan pemanfaatan informasi.

Pengumpulan data dilakukan secara daring. Sebelum penyebaran kuisisioner utama, uji coba dilakukan pada 30 responden dengan karakteristik serupa. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item valid ($r_{hitung} > r_{tabel} 0,361$). Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach Alpha sebesar 0,872 (variabel X) dan 0,846 (variabel Y) yang berarti instrument reliabel.

III. PEMBAHASAN

A. Hubungan Penggunaan LinkedIn dengan Akses Informasi Dunia Kerja pada Fresh Graduate Komunikasi Digital dan Media

Mayoritas responden berusia 21-23 tahun, dengan 65% telah menggunakan LinkedIn lebih dari satu tahun.

Tujuan utama penggunaan LinkedIn antara lain mencari lowongan kerja (72%), memperluas jaringan profesional (68%), serta mengikuti perkembangan industri (54%).

Tabel 1. Hasil Uji Spearman's Rank Correlation antara Penggunaan LinkedIn dan Akses Informasi Dunia Kerja

		Penggunaan LinkedIn (X)	Akses Informasi Dunia Kerja (Y)
Spearman's rho	Penggunaan LinkedIn (X)	Correlation Coefficient Sig.(2- tailed) N	1.000 .754** <.001 102
	Akses Informasi Dunia Kerja (Y)	Correlation Coefficient Sig.(2- tailed) N	.754** <.001 102

Sig. (2-tailed) < 0.001

N = 102

Note: correlation is significant at the 0.001 level (2-tailed)

B. Intepretasi Hasil Korelasi

Analisis korelasi Spearman's Rho menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara penggunaan LinkedIn dan akses informasi dunia kerja ($r = 0,754$; $p < 0,001$). Hasil ini menegaskan bahwa semakin aktif lulusan memanfaatkan LinkedIn, semakin besar pula peluang mereka memperoleh informasi yang relevan terkait pekerjaan, tren industry, maupun jejaring profesional.

Korelasi tinggi ini memperlihatkan bahwa LinkedIn berfungsi sebagai instrument strategis dalam meningkatkan kesiapan karier lulusan vokasi.

C. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Temuan penelitian ini selaras dengan studi Wulandari & Mustikawati (2021), yang menegaskan pentingnya LinkedIn dalam memperluas koneksi profesional. Demikian pula dengan hasil penelitian Karina & Yuliana (2023), yang menyatakan bahwa LinkedIn dapat meningkatkan employability mahasiswa di Indonesia. Penelitian Nastiti et al. (2023) pada siswa SMK juga menunjukkan bahwa LinkedIn merupakan sarana efektif untuk personal branding.

Namun, kontribusi penelitian ini berbeda karena menyoroti konteks fresh graduate program vokasi perguruan tinggi, yang selama ini relatif kurang mendapat perhatian dalam literatur. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman tentang bagaimana LinkedIn digunakan oleh lulusan vokasi sebagai sarana strategis dalam memperoleh informasi dunia kerja, bukan hanya sekadar membangun jejaring atau citra diri.

D. Analisis Uses and Gratifications Theory (UGT)

Hasil penelitian dapat dianalisis melalui kerangka UGT. Teori ini menekankan bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam konteks ini, motivasi fresh graduate dalam menggunakan LinkedIn sejalan dengan kategori UGT:

1. Kebutuhan Informasi – Responden menggunakan LinkedIn untuk mencari lowongan pekerjaan, mengikuti perkembangan tren industri, serta memahami persyaratan kerja.
2. Pembentukan Identitas Profesional – LinkedIn berfungsi sebagai media untuk menampilkan portofolio, pengalaman organisasi, dan pencapaian akademik.

3. Interaksi dan Jejaring Profesional – LinkedIn digunakan untuk mengakses konten edukatif, rekomendasi pekerjaan, serta pelatihan daring yang meningkatkan kompetensi dan kesiapan kerja.

Temuan ini menegaskan bahwa penggunaan LinkedIn bukan aktivitas pasif, melainkan strategi aktif untuk memenuhi kebutuhan karier lulusan baru.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan adanya korelasi yang sangat kuat dan signifikan ($r = 0,754$; $p < 0,001$) antara penggunaan LinkedIn dengan akses informasi dunia kerja pada fresh graduate Program Studi Komunikasi Digital dan Media. Intensitas penggunaan LinkedIn terbukti meningkatkan akses terhadap informasi dunia kerja, termasuk lowongan, tren industri, dan jejaring profesional.
Saran:

1. Fresh graduate sebaiknya lebih aktif menggunakan LinkedIn untuk personal branding, memperluas jaringan, serta memahami perkembangan industri;
2. Institusi pendidikan dapat mendukung mahasiswa dengan memberikan pelatihan mengenai optimilisasi LinkedIn;
3. Penelitian selanjutnya dianjurkan untuk menambahkan variabel lain, seperti kualitas jaringan atau kompetensi digital, dalam menganalisis kesiapan kerja lulusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrulla, C. M. (2023). Indonesia Sabet Posisi Kedua Sebagai Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia pada Awal 2023. Databoks. Annur, Risnita, Jailani MS, Jeka F. 2023. Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. J. Pendidik. Tambusai. 7(3):26320–26332.
- Brown, T. (2022). Building a Strong LinkedIn Profile: A Guide for Recent Graduates. San Francisco: Career Development Press.
- Davis, R. (2021). The Importance of Following Companies on LinkedIn for Job Seekers. Chicago: Job Search Publishing.
- Falgoust, G., & Winterlind, E., et al. (2022). Applying the Uses and Gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok. Human Factors in Healthcare, 2. Doi:10.1016/j.hfh.2022.100014
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. Public Opinion Quarterly, 37(4), 509-523.
- Kaur, P., Dhir, A., Chen, S., Malibari, A., dan Almotairi, M. (2020). Why do people purchase virtual goods? a uses and gratification (u&g) theory perspective. Telematics and Informatics, 53, 101376.
- Lee, S. (2020). Networking on LinkedIn: Strategies for Fresh Graduates. New York: Professional Networking Press.
- LinkedIn (2024). LinkedIn Statistics. Diakses dari <https://www.linkedin.com>.
- Martinez, L. (2021). Effective Communication Skills for Networking on LinkedIn. Los Angeles: Communication Skills Publishing.
- Microsoft News Center. (2016). Microsoft to acquire LinkedIn. Diakses pada 4 April 2025, dari <https://news.microsoft.com/2016/06/13/microsoft-to-acquire-linkedin/>
- Nastiti, R., Koroy, T., Rusvitawati, D., & Hermaniar, Y. (2023). Utilizing LinkedIn for personal branding and workforce

preparation for office administration students at SMK Airlangga. ResearchGate. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/387883391_Utilizing_Linkedin_for_Personal_Branding_and_Workforce_Preparation_for_Office_Administration_Students_at_SMK_Airlangga

- Nasrullah, Rulli. 2017. MEDIA SOSIAL: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Smith, J. (2020). LinkedIn: A Key Tool for Job Seekers in the Digital Age. London: Digital Media Publishing.
- Sutisna I. 2020. Statistika penelitian teknik analisis data penelitian kuantitatif [disertasi]. Gorontalo(ID):Universitas Negeri Gorontalo.
- Sugiyono. 2024. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Regular. Bandung: Alfabeta.
- Wilson, T. D. (1999). Models in Information Behavior Research. *Journal of Documentation*, 55(3), 249-270.