

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari terjadinya evolusi komunikasi media baru dalam dunia industri, baik penyedia dan pencari pekerjaan, keduanya telah mendapatkan keuntungan terutama dalam proses komunikasi yang dilakukan.

Pencari kerja, yang merupakan pengguna LinkedIn, memanfaatkan profil LinkedIn sebagai 'billboard' diri mereka. Hal ini berkaitan dengan bagaimana para pengguna LinkedIn secara sadar membangun konsep diri yang kemudian menjadi *personal brand* mereka sebagai seorang individu.

Personal branding melalui platform media sosial LinkedIn merupakan hal yang penting untuk dilakukan oleh para pencari kerja, tak terkecuali bagi mereka yang berasal dari kalangan mahasiswa dan *fresh graduates*. Merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan, *personal brand* yang dibangun melalui profil LinkedIn bersandar pada konsep *personal branding* oleh Montoya, yaitu konsep spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Mahasiswa dan *fresh graduates* melakukan kegiatan *personal branding* di platform media sosial LinkedIn dengan cara memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam platform tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, berikut adalah bagaimana para mahasiswa dan *fresh graduates* memanfaatkan platform media sosial LinkedIn untuk membangun *personal brand* mereka. Konsep *personal branding* yang pertama, yaitu konsep spesialisasi dapat diimplementasikan dengan menggunakan fitur *skills and endorsements* dan portofolio. Konsep kedua, yaitu konsep kepemimpinan, dapat diimplementasikan melalui LinkedIn dengan menggunakan fitur *experience*. Konsep ketiga, yaitu konsep kepribadian, dapat diimplementasikan dengan memanfaatkan fitur *skills and endorsements* dan *personal summary*. Konsep keempat, yaitu konsep perbedaan, dapat diaplikasikan dengan memanfaatkan fitur *experience*, *accomplishments*, *skills and endorsements*, portofolio, dan *personal summary*, bagaimanapun, pengaplikasian konsep ini kembali lagi kepada kreativitas masing-masing pengguna LinkedIn. Konsep kelima yaitu konsep kenampakan,

dapat diimplementasikan dengan memastikan adanya pembaruan di profil LinkedIn dan juga dengan cara secara terus-menerus mengunggah konten terkait bidang keahlian pengguna. Konsep keenam, yaitu konsep kesatuan dapat diimplementasikan melalui LinkedIn namun dengan catatan, diperlukan tindakan lebih lanjut yaitu proses wawancara untuk memastikan kebenaran *personal brand* seseorang. Konsep selanjutnya adalah konsep keteguhan, dimana aplikasinya dalam platform LinkedIn adalah dengan menetapkan *personal brand* yang hendak dibangun dan mengunggah konten sesuai dengan *personal brand* tersebut. Adapun pengaplikasian konsep keteguhan juga bergantung kepada komitmen dan motivasi diri pengguna terkait untuk melakukan *personal branding* di platform LinkedIn. Konsep terakhir adalah konsep nama baik, dimana pengguna LinkedIn dapat mengaplikasikan konsep ini dengan memanfaatkan setiap fitur dengan positif, khususnya *recommendations*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian lanjutan terkait *personal branding* khususnya menggunakan platform media sosial LinkedIn atau yang melibatkan delapan konsep utama *personal branding* oleh Montoya.

5.2.2 Saran Praktis

Sebagai salah satu referensi dalam memahami dan mengikuti fenomena pola komunikasi yang berbasis teknologi informasi dalam industri kerja, sehingga dapat mendorong para pencari kerja khususnya kalangan mahasiswa dan *fresh graduates* untuk memahami dan membangun *personal brand* secara profesional di platform media sosial LinkedIn.

5.2.3 Saran Umum

Masyarakat luas yang membaca penelitian ini diharapkan dapat memahami dan menerima evolusi pola komunikasi yang sedang dan akan terus terjadi khususnya dalam lingkup profesional, sehingga dapat beradaptasi dengan fenomena yang sedang terjadi.