



Keberadaan Media Sosial Bagi Fresh graduate Untuk Mencari Pekerjaan

The Existence of Social Media for Fresh Graduates to Find Jobs

Dini Safitri^{(1)*}, Laurentya Kin Tannya⁽²⁾, Asri Khairunnisa⁽³⁾, Rebecca Aurelia⁽⁴⁾

¹⁾ Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta – Jl Rawamangun Muka, Jakarta Timur, DKI Jakarta, (13220)

*Email: dinisafitri@unj.ac.id

ABSTRAK

Berkembang pesatnya pengetahuan dan teknologi seiring zaman banyak membawa perubahan dan dampak dalam berbagai bidang dan sektor. Perkembangan tersebut banyak membawa nilai positif sebab dinilai mempermudah manusia dalam melakukan banyak hal, seperti akses internet yang dapat mempercepat alur informasi sehingga terciptanya sosial media yang semakin bervariasi. Sosial media di masa kini sudah menjadi sahabat bagi masyarakat dari berbagai lapisan, salah satunya fresh graduates. Sosial media menjadi wadah informasi yang tepat bagi masyarakat terkait banyak hal, salah satunya adalah informasi lowongan pekerjaan. Hal ini kemudian memudahkan manusia untuk berkomunikasi dan mempercepat alur informasi agar lebih mudah tersebar dan diterima, terkhususnya untuk para freshgraduates yang mencari informasi tentang ketenagakerjaan secara jangkauan yang lebih luas. Penelitian ini melakukan survei dengan metode kuantitatif untuk mengukur seberapa besar manfaat media sosial dalam membantu para fresh graduates dalam mencari informasi lowongan pekerjaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dapat memberikan informasi yang cukup tentang info ketenagakerjaan sehingga media sosial bermanfaat bagi para fresh graduates dalam mencari pekerjaan.

Kata Kunci : Sosial Media; Fresh graduates; Ketenagakerjaan; Teknologi Informasi

ABSTRACT

The rapid development of knowledge and technology over time has brought many changes and impacts in various fields and sectors. These developments have brought many positive values because they are considered to make it easier for humans to do many things, such as internet access which can accelerate the flow of information so that increasingly varied social media is created. Social media today has become a friend to people from various levels, one of which is fresh graduates. Social media is the right place for information for the community regarding many things, one of which is job vacancy information. This then makes it easier for humans to communicate and accelerate the flow of information so that it is easier to spread and receive, especially for fresh graduates who are looking for information about employment with a wider reach. This study conducted a survey using a quantitative method to measure how much benefit social media has in helping fresh graduates in finding job vacancy information. The results of this study indicate that social media can provide sufficient information about employment information so that social media is useful for fresh graduates in finding jobs.

Keywords: Social Media; Fresh graduates; Employment; Information Technology

Submitted : 23 November 2024 Accepted : 08 Januari 2025 Published : 13 Januari 2025

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah membawa banyak perubahan baik secara mendasar maupun menyeluruh, salah satunya dalam bidang ketenagakerjaan. Di saat yang sama, fresh graduate, yang merupakan individu yang baru saja menyelesaikan pendidikan formal, seringkali dihadapkan dengan tantangan besar dalam mencari informasi yang berkaitan dengan pasar tenaga kerja yang kompetitif. Keberadaan media sosial berperan penting dalam membantu fresh graduate berinteraksi dan mencari informasi mengenai dunia pekerjaan. Tak dapat dipungkiri bahwa media sosial telah menjadi

bagian penting dalam kehidupan sehari-hari karena dapat memungkinkan individu untuk terhubung dengan orang lain yang berjarak jauh, mempercepat alur informasi, dan mengakses banyak informasi secara cepat dan mudah. Di dalam bidang ketenagakerjaan, media sosial memiliki potensi yang menjanjikan dalam memfasilitasi pencarian pekerjaan, memperluas koneksi profesional, dan membangun personal branding.

Terutama generasi Z yang lahir dan bertumbuh bersama dengan media sosial. Mereka harus berperan besar dalam perkembangan pengetahuan mengenai sosial media guna dapat menciptakan kemajuan di masa depan. Seperti hasil survei yang telah dilakukan oleh Forbes di Amerika Utara dan Selatan, Asia, Afrika, Eropa, dan timur Tengah mengenai generasi Z. Hasil yang didapat dari survei itu menunjukkan bahwa generasi Z adalah generasi yang paling global pertama. Karena mereka dilahirkan dengan teknologi yang mengalir di darahnya, mereka tumbuh di lingkungan yang membuat mereka belajar untuk menentukan pandangan mereka mengenai teknologi dan dunia. Dan ditunjukkan juga bahwa generasi Z merupakan pekerja yang efektif karena mereka bersifat ambisius dan merupakan generasi yang professional dalam bekerja sehingga tercipta tenaga kerja yang baik

Beberapa waktu terakhir, platform seperti LinkedIn, Twitter, dan Instagram telah menjadi tempat yang penting bagi fresh graduate untuk menunjukkan potensi dan mempromosikan diri mereka secara daring. Dengan cara berbagi pengalaman pendidikan, pencapaian akademis, dan kemampuan-kemampuan yang dimiliki, mereka dapat menarik perhatian perekrut. Media sosial juga platform untuk berinteraksi dengan perusahaan, mengikuti perkembangan industri, dan memahami tren terbaru dalam dunia kerja. Media sosial juga menjadi wadah yang menyediakan banyak informasi informasi ketenagakerjaan yang dibutuhkan oleh freshgraduate. Namun, keberadaan media sosial juga membawa tantangan tersendiri. Fresh graduate harus memastikan bahwa aktivitas mereka di media sosial mencerminkan citra profesional yang baik demi mendapat personal branding yang memuaskan. Selain itu, penggunaan yang berlebihan atau tidak bijak terhadap media sosial dapat mengganggu produktivitas dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional.

Kemampuan media sosial dalam duplikasi dan penyebaran materi berada pada tahap luar biasa di mana jangkauan yang dicapai akan sangat luas. Di mulai dari satu materi yang diunduh oleh satu khalayak kemudian disebarluaskan kepada orang-orang lain dalam lingkup atau relasinya. Lalu disebarluaskan kembali oleh orang-orang tersebut sehingga tercipta relasi besar dengan jangkauan yang luas, dan seterusnya. (Yuhana, 2019)

Dalam hal ini, penting bagi para fresh graduate untuk memahami bagaimana cara memanfaatkan media sosial dengan bijak dan strategis agar dapat memudahkan mereka terutama dalam bidang ketenagakerjaan. Di era sekarang semakin banyak lembaga pendidikan dan pusat pelatihan yang menyediakan pelatihan untuk menambah skill para fresh graduate baik dari yang berbayar hingga gratis. Di sini kita akan membahas lebih dalam lagi mengenai bagaimana keberadaan media sosial sebagai pusat informasi ketenagakerjaan dan

pelatihan untuk menambah skill yang dapat membantu mereka dalam dunia kerja. Akan dibahas pula aspek-aspek seperti dampak, manfaat, tantangan, dan strategi yang dapat memaksimalkan potensi para fresh graduate. Kami juga akan membahas manfaat, tantangan, dan strategi yang dapat membantu mereka memaksimalkan potensi mereka untuk meniti karir di masa depan.

Perkembangan adalah salah satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam perjalanan hidup manusia. Perkembangan sendiri merupakan salah satu kunci dari transformasi kehidupan manusia zaman dulu hingga masa kini. Manusia hidup untuk terus melakukan perkembangan dan menciptakan inovasi baru. Bahkan teknologi yang kita nikmati sekarang pun hasil dari perkembangan yang dilakukan oleh manusia terdahulu. Perkembangan teknologi sudah menciptakan perubahan yang mendalam di berbagai aspek kehidupan manusia seperti perubahan dalam cara mencari berita, perubahan bentuk hiburan, perubahan dalam mencari kebutuhan sehari-hari yang diperlukan. Perubahan-perubahan yang ada membawa kehidupan manusia semakin lebih mudah karena banyak dari teknologi yang tercipta memotong waktu pekerjaan manusia dan menghilangkan jarak yang biasanya menjadi penghambat dalam melakukan banyak hal (Nasional, 2020.). Perkembangan teknologi yang terjadi pun tidak terbatas pada satu bidang saja, tapi hampir di semua sektor kehidupan seperti industri, kesehatan, transportasi, internet, pendidikan, komunikasi, robotika, dan lain-lain.

Perkembangan teknologi, khususnya media sosial, membawa banyak perubahan baik secara fundamental maupun menyeluruh bagi kehidupan manusia. Media sosial dapat dikenal sebagai suatu platform yang menyediakan fasilitas bagi penggunanya untuk melakukan aktivitas sosial seperti melakukan komunikasi, berinteraksi secara daring, atau menciptakan serta berbagi konten yang berupa tulisan, foto, atau video (Istiani & Islamy, 2020). Salah satunya perubahan pada dunia ketenagakerjaan. Perkembangan teknologi ini menciptakan keuntungan yang besar baik bagi pihak pencari kerja dan pihak perusahaan yang mencari tenaga kerja. Di dalam bidang ketenagakerjaan, media sosial memiliki potensi yang menjanjikan dalam memfasilitasi pencarian pekerjaan, memperluas koneksi professional, dan membangun personal branding. Media sosial memberikan banyak gambaran baru bagi perusahaan terkait cara untuk merekrut karyawan dan cara seorang individu mencari pekerjaan. Dari sudut pandang pelamar, penggunaan media sosial sebagai platform untuk mencari informasi ketenagakerjaan memberikan peluang besar bagi mereka untuk memperluas jangkauan dan relasi mereka, mendapat informasi ketenagakerjaan, dan membantu mereka dalam spesifikasi prefensi bidang pekerjaan yang diinginkan.

Di saat yang sama, fresh graduate, sebagai individu yang baru saja menyelesaikan pendidikan formal, seringkali dihadapkan dengan tantangan besar dalam mencari informasi yang berkaitan dengan dunia pekerjaan. Apalagi dampak dari perkembangan teknologi di bidang ketenagakerjaan yang menciptakan pasar tenaga kerja yang kompetitif. Keberadaan media sosial berperan penting dalam membantu fresh graduate berinteraksi dan mencari

informasi mengenai dunia pekerjaan. Serta membantu mereka dalam mencari dan mengembangkan kemampuan agar dapat bersaing dengan pasar tenaga kerja yang kompetitif baik nasional hingga global.

Rosini & Nurningsih dalam Sitompul et al., (2021) memaparkan ada 7 fungsi media sosial yang berkontribusi untuk membantu memahami terkait mekanisme sebuah media sosial, yaitu:

1. Identitas, hal yang menggambarkan bagaimana cara seseorang menggambarkan dirinya di media sosial. Di sini dapat kita artikan sebagai personal branding baik yang ingin ditunjukkan oleh fresh graduate kepada publik.
2. Percakapan, cara, motivasi, frekuensi, dan isi komunikasi. Ini terkenal sebagai apa yang ingin disampaikan atau apa yang menjadi tujuan utama individu dalam menggunakan media sosial. Biasanya hal ini bergantung pada individu masing-masing.
3. Kehadiran, hal ini ditentukan oleh bentuk media. Dimana komunikasi dapat bersifat interpersonal yang dilakukan dengan diskusi tatap muka misalnya atau dimediasi seperti percakapan yang dilakukan melalui panggilan suara. Dengan kedekatan media, seseorang dapat membedakan antara komunikasi asinkron misalnya melalui e-mail dengan komunikasi sinkron yang dilakukan melalui obrolan secara langsung.
4. Kelompok, berupa komunitas atau sub-komunitas yang menjadi salah satu unsur media sosial. Dalam media sosial terdapat dua jenis kelompok utama, yaitu kelompok yang terbuka untuk publik (public group), dan kelompok yang tertutup (private group).
5. Hubungan, terkait hubungan antar anggota dalam sebuah komunitas. Hubungan tersebut menentukan "apa dan bagaimana proses pertukaran informasi antar anggota".
6. Reputasi, standar yang diberikan publik untuk mengidentifikasi diri mereka sendiri, terutama yang berkaitan dengan orang lain di masyarakat. Ada beberapa hal yang terkait dengan hal ini yakni kekuatan, sentimen, semangat, dan jangkauan.
7. Berbagi, berkaitan tentang proses pertukaran informasi diantara pengguna media sosial. Ada dua implikasi yang mendasar mengenai hal ini, pertama, objek atau informasi yang dibagikan dan kedua, kecenderungan pengguna untuk berbagi. Media sosial sendiri memang cenderung dikenal sebagai tempat yang tepat untuk berbagi informasi mengenai apa yang ingin disampaikan oleh individu karena jangkauannya yang luas tanpa perlu membuat individu harus mengeluarkan banyak waktu, tenaga, maupun uang.

Beberapa waktu terakhir, platform seperti LinkedIn, Twitter, Line, Google Plus, Facebook, dan Instagram telah merubah cara dari para fresh graduate untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Platform tersebut menjadi tempat yang penting bagi freshgraduate untuk menunjukkan potensi dan mempromosikan diri mereka secara online (Sitompul et al., 2021). Dengan cara berbagi pengalaman pendidikan, pencapaian akademis, dan kemampuan-kemampuan yang dimiliki, mereka dapat menarik perhatian perekrut.

Media sosial juga platform yang dimanfaatkan oleh fresh graduate untuk berinteraksi dengan perusahaan, mengikuti perkembangan industri, dan memahami tren terbaru dalam dunia kerja sehingga mereka akan terus dapat mengembangkan dan menyesuaikan diri dengan arus kemajuan yang ada dalam dunia pekerjaan. Media sosial juga menjadi wadah yang menyediakan banyak informasi ketenagakerjaan yang dibutuhkan oleh fresh graduate. Namun, keberadaan media sosial juga membawa tantangan tersendiri bagi fresh graduate.

Fresh graduate harus memastikan bahwa aktivitas mereka di media sosial mencerminkan citra profesional yang baik demi mendapat personal branding yang memuaskan. Selain itu, penggunaan yang berlebihan atau tidak bijak terhadap media sosial dapat mengganggu produktivitas dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional. Perlu adanya kemampuan pengendalian diri dan manajemen waktu yang baik dan terstruktur. Dalam konteks ini, penting bagi para fresh graduate untuk memahami bagaimana cara memanfaatkan media sosial dengan bijak dan strategis agar tidak memberikan dampak buruk kepada mereka. Seperti menurunkan produktifitas karena kecenderungan terdistraksi dengan hal-hal di luar yang seharusnya, individualisme yang meningkat karena persaingan ketat yang ada dalam lingkup ketenagakerjaan, terlibat konflik karena tidak dapat mengontrol respon diri terhadap suatu permasalahan, dan masalah-masalah yang menyangkut data-data privasi (Fauzan et al., 2022).

Di era sekarang, media sosial banyak dimanfaatkan sebagai media pembelajaran dan pengembangan skill secara daring oleh fresh graduate. Semakin banyak lembaga pendidikan dan pusat pelatihan yang menyediakan pelatihan untuk menambah skill para fresh graduate baik dari yang gratis hingga berbayar demi meningkatkan value mereka di dunia kerja yang kompetitif. Berkat hal tersebut, media sosial menjadi sangat amat penting keberadaan serta penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari (Haneswari, 2021).

Perkembangan teknologi yang berdampak besar hampir di segala aspek kehidupan manusia sudah pasti mempunyai dampak besar pada proses tumbuh dan berkembangnya alat-alat canggih dan modern yang dapat membantu manusia dalam banyak sektor. Salah satunya adalah keberadaan dan perkembangan sosial media yang kini menjadi sumber utama dari pusat informasi dan sosialisasi mengenai seluruh hal yang ada dalam aspek kehidupan.

Keberadaan media sosial sudah selayaknya menjadi topik hangat yang tidak akan tergerus oleh zaman karena manfaat dan pengaruh besar yang diciptakannya. Sosial media merupakan alat yang terus berkembang seiring dengan berjalannya zaman sehingga terus terintegrasi dengan manusia dan lingkungan. Maka dari itu, peran peran penting individu untuk terus memperbarui pengetahuannya mengenai media sosial yang selalu berkembang sangat diperlukan. Adanya media sosial membantu banyak manusia saling terhubung untuk bersosialisasi dan berkomunikasi satu dengan yang lainnya dengan tawaran tidak terbatas dengan jarak maupun waktu sehingga peluang yang tercipta lebih besar karena ada beberapa unsur yang menghambat yang telah dihilangkan guna mempermudah kehidupan individu.

Sosial media dinilai efektif untuk menyampaikan pesan, memenuhi kebutuhan dasar manusia akan hausnya informasi dari berbagai sumber karena cakupannya yang luas. Namun sama halnya dengan perkembangan sosial media yang cepat, penggunaan sosial media pada setiap individu ternyata berbeda-beda fungsi. Pesatnya penyebaran informasi melalui media sosial dan internet memacu Kemenaker dalam mengawasi perkembangan informasi lowongan pekerjaan. Langkah awal yang telah diambil adalah pengembangan perluasan akses dalam mencari informasi tentang lowongan pekerjaan.

Adapun menurut Puntoadi (2011: 5) (dalam Haneswari, 2021) penggunaan atau pemanfaatan social media sebagai berikut :

- a. Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audienslah yang akan menentukan. Berbagai sosial media dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di sosial media. (Puntoadi, 2011: 6).
- b. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam (Puntoadi, 2011: 21)

Dalam analisis yang dilakukan oleh Rohmah (2020), analisis dari penggunaan sosial media bagi para lulusan terbaru, mencapai 80% yang berpendapat bahwa sosial media menjadi media yang efektif dalam menyampaikan dan menyalurkan informasi. Dalam hal ini, para pencari info tentang pekerjaan menjadi termudahkan dengan akses ini.

Secara garis besar, penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu hubungan keterkaitan manfaat penggunaan sosial media dengan kebutuhan para lulusan muda dalam mencari informasi lowongan pekerjaan. Dihasilkan beberapa kerangka berpikir yang diduga terdapat hubungan antara manfaat penggunaan sosial media dengan pemenuhan kebutuhan para lulusan muda dan kemudian dijadikan acuan dalam penelitian, diuraikan secara sederhana seperti berikut: terdapat manfaat dari penggunaan media sosial sebagai platform informatif untuk para fresh graduates dalam mencari info lowongan pekerjaan, dan terdapat hubungan yang erat antara media sosial dengan masyarakat khususnya fresh graduates dalam mencari informasi lowongan pekerjaan di platform sosial media.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif dengan memanfaatkan Google Form sebagai alat pengumpulan data. Kriteria responden untuk mengisi survei adalah para fresh graduate baik SMA maupun kuliah yang sedang mencari pekerjaan dan mendapat pekerjaan melalui media sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah para fresh graduate yang sedang mencari pekerjaan dan sampel penelitian ini adalah fresh graduate baik SMA maupun kuliah dengan rentang usia 17-23 tahun. Sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu dengan mengundang responden yang memenuhi kriteria tertentu, seperti

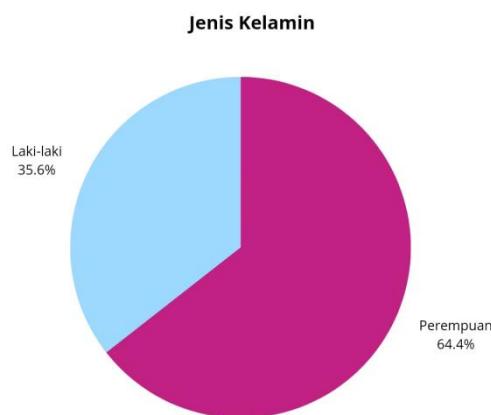
Iulusan baru dengan usia maksimal 23 tahun dan sedang mencari pekerjaan di bidang yang sesuai dengan minatnya di sosial media. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Google Form yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait dengan pengalaman para lulusan baru dalam mencari pekerjaan, seperti media apa yang digunakan dalam mencari pekerjaan, skala kepuasan mereka terhadap media sebagai sumber informasi lowongan kerja, dan pertanyaan lain terkait penelitian.

Responden diundang untuk mengisi survei melalui Google Form yang dikirimkan melalui email atau media sosial. Survei dibuka selama dua minggu dan responden diberikan waktu satu minggu untuk mengisi survei. Data yang diperoleh dari survei akan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif, seperti frekuensi, persentase, dan rata-rata. Selain itu, akan dilakukan juga analisis regresi untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Penelitian ini akan dilakukan dengan memperhatikan etika penelitian, seperti menjaga kerahasiaan identitas responden dan meminta izin dari responden sebelum mengumpulkan data. Pengumpulan sampel dalam penelitian ini diakhiri dengan jumlah total 48 responden. Sebelum masuk ke tahap analisis, data yang diterima dari responden harus melalui tahap editing. Di mana data harus dicek kembali kesesuaiannya dengan kriteria yang telah dibuat sebelumnya. Hasil dari tahap editing menyisakan 45 data valid yang sudah siap untuk digunakan dan mengeliminasi 3 data invalid yang tidak sesuai dengan kriteria.

Metode yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini adalah metode analisis dekriptif yang merupakan teknik analisis untuk mengetahui dan mendalami objek yang akan diteliti tanpa melakukan perbandingan atau menghubungkannya dengan objek yang lain. Tujuan dari penelitian ini hanya untuk mengetahui nilai dari keberadaan suatu objek tanpa ada korelasi dengan penelitian, objek, atau eksperimen lainnya. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini hanya akan mendalami mengenai keberadaan media sosial sebagai media penyedia informasi yang dapat membantu freshgraduate dalam mencari pekerjaan tanpa melakukan perbandingan dengan aspek-aspek lainnya.

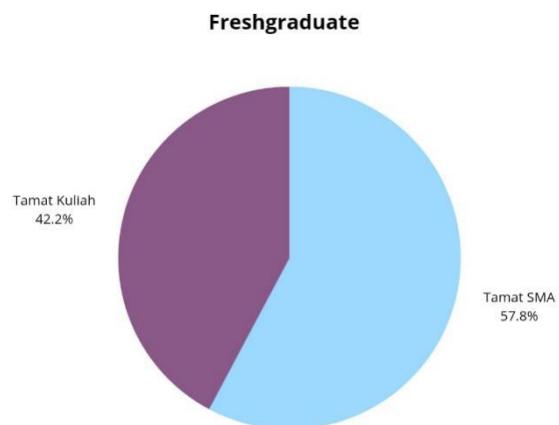
3. HASIL

Berdasarkan data yang telah diolah melalui metode analisis dekriptif akan dipaparkan hasil yang didapat tentang penelitian mengenai keberadaan media sosial bagi media yang dimanfaatkan oleh freshgraduate untuk mencari pekerjaan. Terkait dengan populasi jenis kelamin responden, sebanyak 64.4% responden dari kuisioner ini adalah perempuan dan 35.6% responden berjenis kelamin laki-laki. Persentase tersebut dapat dilihat dari gambar di bawah ini.



Gambar 1. Jenis Kelamin Responden (Sumber : Hasil Olah Data Penelitian)

Karakteristik responden dilihat dari statusnya sebagai freshgraduate sesuai dengan judul penelitian yang diambil. Di sini freshgraduate yang menjadi kriteria responden dibagi menjadi dua, yaitu yang baru saja tamat SMA dan yang baru saja tamat kuliah. Hasil persentase yang didapat menunjukkan bahwa 57.8% responden dari kuisioner ini adalah freshgraduate tamatan SMA dan 42.2% lainnya adalah responden yang baru menyelesaikan jenjang studi sarjana. Dapat dilihat pada Gambar 2.



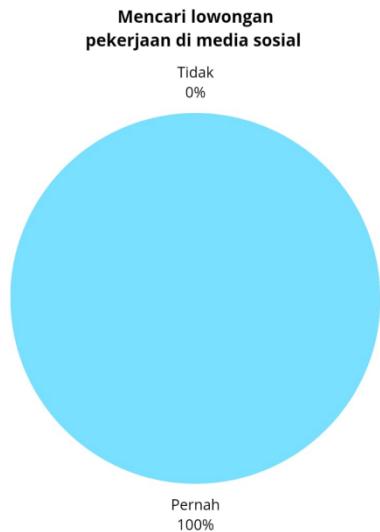
Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Freshgraduate (Sumber: Hasil Olah Data Penelitian)

Karakteristik responden juga dilihat dari usia mereka. Di sini, kriteria usia yang tertera dalam kuisioner mengenai usia responden adalah rentang 17-23 tahun. Responden yang mengisi kuisioner paling banyak berada pada usia 18 dan 22 tahun dengan persentase yang sama, yaitu 20%. Selanjutnya disusul dengan usia 17 tahun dan 19 tahun yang juga memiliki persentase yang sama yaitu dengan 17.8%. Dan berikutnya disusul dengan oleh usia 21 tahun dengan 13.3%, 23 tahun dengan 11.1%, dan yang terakhir usia 17 tahun dengan 0%. Hasil persentase tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.



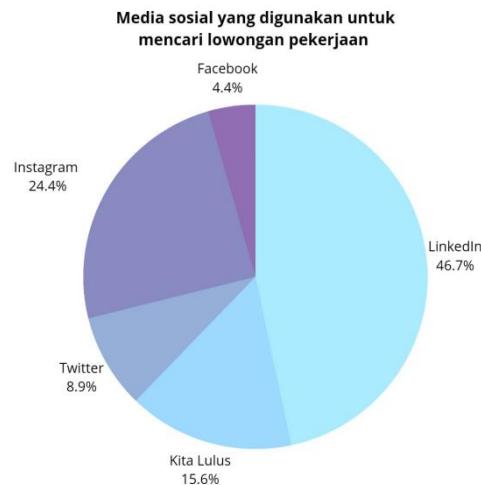
Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (Sumber : Hasil Olah Data Penelitian)

Selanjutnya pada gambar 4 terlihat bahwa seluruh responden, yakni 100% pernah mencari lowongan pekerjaan melalui media sosial. Hal ini terjadi karena kriteria utama dalam mengisi kuisioner penelitian ini adalah memanfaatkan media sosial sebagai media yang menyediakan informasi lowongan kerja untuk mendapat pekerjaan sehingga bagi mereka yang tidak pernah mencari pekerjaan melalui media sosial akan menjadi data tidak valid saat melalui proses editing.



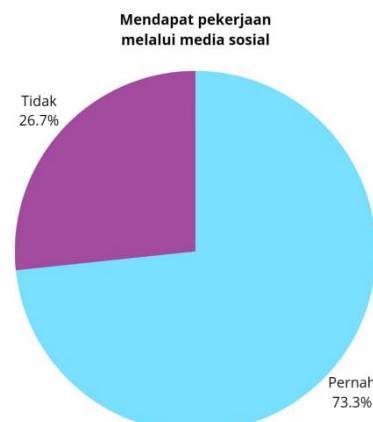
Gambar 4. Pengalaman Responden Mencari Lowongan Pekerjaan Melalui Media Sosial (Sumber : Hasil Olah Data Penelitian)

Jenis media sosial apa yang digunakan oleh responden juga menjadi salah satu kriteria yang mendukung penelitian ini. Disini terdapat lima media sosial yang digunakan oleh responden untuk mendapatkan informasi terkait lowongan pekerjaan. Pada posisi pertama, terdapat LinkedIn dengan persentase mencapai 46.7%. Selanjutnya pada posisi kedua dan ketiga terdapat Instagram dengan persentase 24.4% dan Kita Lulus dengan 15.6%. Lalu pada posisi dua terbawah terdapat Twitter dengan persentase 8.9% dan Facebook dengan persentase 4.4%.



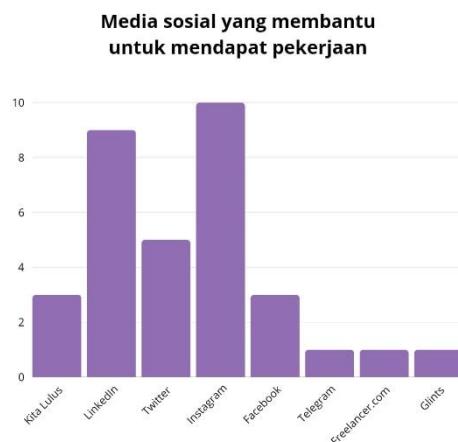
Gambar 5. Karakteristik Media yang Digunakan untuk Mencari Lowongan Pekerjaan (Sumber : Hasil Olah Data Penelitian)

Selanjutnya terkait tentang pengalaman responden dalam mendapat pekerjaan melalui lowongan kerja yang ada di sosial media. Hasil persentase menunjukkan bahwa lebih dari setengah jumlah responden pernah mendapatkan pekerjaan melalui media sosial, tepatnya pada persentase 73.3% di mana itu merupakan hasil yang besar. Dan untuk responden yang tidak pernah mendapatkan pekerjaan melalui media sosial berada pada persentase 26.7%.



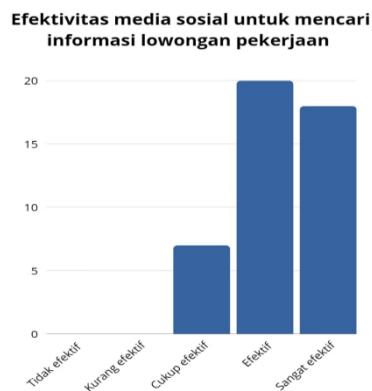
Gambar 6. Pengalaman Responden Mendapatkan Pekerjaan Melalui Sosial Media (Sumber : Hasil Olah Data Penelitian)

Penelitian ini juga mencari tahu media sosial mana yang paling banyak membantu orang untuk mendapatkan pekerjaan. Terdapat delapan media sosial yang disebutkan oleh responden sebagai media yang membantu mereka dalam mendapatkan pekerjaan. Media sosial pertama yang paling banyak dipilih oleh responden adalah Instagram dengan total 10 suara, disusul oleh LinkedIn yang hanya selisih satu suara dari Instagram yaitu dengan 9 suara, dilanjutkan dengan Twitter sebanyak 5 suara, Kita Lulus dan Facebook sebanyak 3 suara, dan terakhir ada Telegram, Freelancer.com, dan Glints dengan masing masing 1 suara.



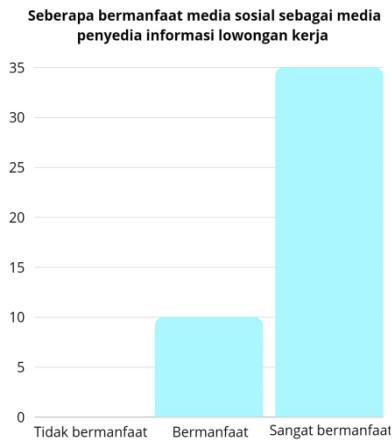
Gambar 7. Media Sosial yang Membantu Responden Mendapat Pekerjaan (Sumber : Hasil Olah Data Penelitian)

Kemudian di dalam penelitian ini juga ingin diketahui tingkat efektivitas media sosial untuk membantu responden yang memanfaatkan media sosial sebagai media untuk mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan. Hasil yang didapatkan adalah efektif sebagai posisi pertama dengan perolehan 20 suara, lalu disusul oleh sangat efektif dengan 18 suara, cukup efektif dengan 7 suara, lalu yang terakhir dengan kurang efektif dan tidak efektif dengan 0 suara.



Gambar 8. Tingkat Efektivitas Media Sosial untuk Mencari Informasi Lowongan Pekerjaan (Sumber : Hasil Olah Data Penelitian)

Jenis respon yang paling banyak dipilih oleh responden terkait seberapa bermanfaat media sosial sebagai media penyedia informasi lowongan pekerjaan adalah sangat bermanfaat dengan total perolehan 35 suara, di posisi kedua terdapat respon bermanfaat dengan total 10 suara, dan terakhir dengan respon tidak bermanfaat yang memperoleh 0 suara dari responden.



Gambar 9. Seberapa Bermanfaat Media Sosial Sebagai Media Penyedia Informasi Lowongan Pekerjaan (Sumber : Hasil Olah Data Penelitian)

Kehidupan fresh graduate tak luput dari penggunaan media sosial karena tuntutan kehidupan setelah lulus yang mengharuskan mereka untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan baru serta berkembangnya teknologi informasi yang semakin kompleks. Banyak sekali teknologi baru muncul yang dapat mempermudah hidup dan aktivitas individu. Hal ini tentu tidak boleh disia-siakan oleh fresh graduate untuk mencari banyak informasi mengenai lowongan pekerjaan maupun pengetahuan yang dapat digunakan untuk mengembangkan diri guna meningkatkan value di mata perusahaan yang ingin dituju atau semata-mata hanya untuk pandangan publik. Fresh graduate memanfaatkan media sosial sebagai tempat yang tepat bagi mereka untuk mengembangkan citra diri yang baik agar dapat menarik perhatian perekrut, tempat untuk mendapatkan skill tambahan yang dapat menunjang mereka saat melakukan pekerjaan nanti, dan sebagai sumber informasi terkait lowongan pekerjaan. Dari hal tersebut maka tidak heran jika media sosial disebut sebagai teman dekat para fresh graduate. Melalui penelitian ini, diperoleh informasi bahwa responden dengan persentase 57.8% yang merupakan fresh graduate lulusan SMA dan responden dengan persentase 42.2% yang merupakan fresh graduate lulusan kuliah dengan rentang usia 17-23 tahun seluruhnya memanfaatkan media sosial sebagai media untuk mencari lowongan pekerjaan. Bahkan terdapat 73.3% respon dari responden yang menyatakan bahwa mereka mendapatkan pekerjaan melalui sosial media.

Para fresh graduate yang rentang usianya 17-23 tahun masih termasuk ke dalam generasi Z sehingga kedekatan dan ketergantungannya terhadap media sosial termasuk besar, apalagi media sosial berperan untuk mempermudah mereka dalam mencari informasi mengenai lowongan kerja. Mereka juga banyak mengenal jenis-jenis platform daring karena kecenderungan mereka untuk mengeksplor banyak media guna mendapatkan lebih banyak informasi. Di dalam kriteria kuisioner, hanya sebagian media sosial yang dimasukkan guna memperolah dalam pengolahan data yang di mana media-media yang ada juga merupakan media yang paling sering digunakan oleh para fresh graduate. Namun dapat diyakinkan juga bahwa masih banyak jenis platform dari di luar yang berada dalam kuisioner yang telah

dijangkau, diketahui, maupun dimanfaatkan dengan baik oleh para fresh graduate.

Media sosial sendiri pun memberikan banyak manfaat baik bagi mereka seperti yang telah dibuktikan melalui hasil data kajian yang menunjukkan bahwa banyak fresh graduate yang mendapat atau pernah mendapat pekerjaan melalui media sosial. Dengan perolehan suara 73,3% responden pernah mendapatkan pekerjaan melalui media sosial.

Media sosial dengan peringkat pertama yang membantu mereka dalam mendapat pekerjaan adalah Instagram, media yang sebenarnya lebih dikenal sebagai media hiburan karena biasanya Instagram sendiri digunakan untuk memposting foto atau video saat liburan, agenda bersama teman, dan lainnya ini tak disangka menjadi media yang paling banyak membantu fresh graduate dalam mendapat pekerjaan. Platform daring kedua adalah LinkedIn yang memang merupakan platform daring khusus untuk menciptakan image profesional guna mencari perhatian perusahaan untuk mendapatkan pekerjaan. Walaupun platform dengan suara terbanyak pertama dan kedua berbeda dalam fungsi utamanya, keduanya membantu para fresh graduate dalam mendapatkan pekerjaan.

Dalam riset ini juga dikumpulkan suara mengenai seberapa efektif media sosial untuk mencari informasi lowongan pekerjaan yang mendapatkan respon efektif dengan jumlah 20 suara yang di mana itu hampir separuh dari semua suara dan respon sangat efektif dengan jumlah 18 suara, serta cukup efektif dengan perolehan 7 suara yang menjadikan bahwa media sosial terbukti cukup efektif bagi freshgraduate untuk mencari informasi mengenai lowongan kerja. Selain itu, dibahas juga seberapa bermanfaat media sosial sebagai media penyedia informasi lowongan pekerjaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jawaban sangat efektif dengan perolehan 30 suara yang berarti lebih dari setengah responden merasakan manfaat dari media sosial sebagai media yang menyediakan informasi lowongan pekerjaan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Kesimpulannya adalah berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap freshgraduate yang mencari pekerjaan melalui media sosial, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan persentase 64.4% dan sisanya adalah laki-laki dengan persentase 35.6%. Responden yang mengisi kuisioner terdiri dari freshgraduate tamatan SMA dengan persentase 57.8% dan yang baru menyelesaikan jenjang studi sarjana dengan persentase 42.2%. Majoritas responden berusia antara 18-22 tahun dengan persentase yang sama yaitu 20%. Seluruh responden, yakni 100%, pernah mencari lowongan pekerjaan melalui media sosial. LinkedIn menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh responden dengan persentase mencapai 46.7%, diikuti oleh Instagram dengan persentase 24.4% dan Kita Lulus dengan persentase 15.6%.

Lebih dari setengah jumlah responden pernah mendapatkan pekerjaan melalui media sosial dengan persentase 73.3%. Instagram menjadi media sosial yang paling banyak membantu responden dalam mendapatkan pekerjaan dengan total 10 suara, diikuti oleh LinkedIn dengan 9 suara. Tingkat efektivitas media sosial untuk membantu responden mencari

informasi mengenai lowongan pekerjaan adalah efektif sebagai posisi pertama dengan perolehan 20 suara, diikuti oleh sangat efektif dengan 18 suara. Dapat disimpulkan bahwa media sosial sangat membantu freshgraduate dalam mencari pekerjaan dan LinkedIn serta Instagram menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dan membantu dalam mendapatkan pekerjaan.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa saran dan rekomendasi yang dapat diberikan. Pertama, fresh graduate sebaiknya memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sumber informasi dalam mencari pekerjaan. Hal ini dikarenakan media sosial dapat membantu freshgraduate dalam mencari informasi terkait lowongan pekerjaan, perkembangan skill, dan memperluas jaringan relasi yang mana itu merupakan hal penting dalam pengembangan karir di masa yang mendatang.

Kedua, Instagram dan LinkedIn menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dan membantu dalam mendapatkan pekerjaan. Oleh karena itu, fresh graduate sebaiknya memanfaatkan kedua media sosial tersebut untuk mencari informasi terkait lowongan pekerjaan dan membangun citra diri yang baik. Ada baiknya juga mereka mulai mempelajari mekanisme kedua media sosial itu agar dapat mengetahui lebih jelas dan efektif cara untuk mendapatkan pekerjaan.

Ketiga, fresh graduate sebaiknya memperhatikan konten yang diunggah di media sosial, karena citra diri yang baik dapat membantu dalam menarik perhatian perekrut. Ini juga melatih fresh graduate untuk bersikap profesional di ranah publik sehingga perusahaan dapat mendapatkan rasa aman karena mereka perlu pekerja yang dapat menjaga reputasi dan nama baik perusahaan mereka. Selain menjadi penilaian perusahaan, bersikap profesional juga merupakan hal baik yang harus dikembangkan oleh individu guna membangun karir yang cemerlang.

Keempat, fresh graduate sebaiknya memperluas jaringan relasi melalui media sosial, karena hal ini dapat membantu dalam mencari informasi terkait lowongan pekerjaan dan memperluas kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan. Semakin banyak atau luas relasi yang kita miliki, maka semakin banyak informasi dan pintu terbuka bagi fresh graduate untuk mereka memperkenalkan personal branding dan meningkatkan karir ke jenjang yang lebih tinggi.

Kelima, fresh graduate sebaiknya memperhatikan etika dalam menggunakan media sosial, karena hal ini dapat mempengaruhi citra diri dan reputasi di mata perekrut. Ketidakbijakan dalam penggunaan media sosial tidak hanya akan merusak citra baik yang dimiliki, namun bisa hingga sampai pada titik menghancurkan karir dan peluang-peluang lainnya yang ada. Maka penting bagi para fresh graduate untuk belajar mengenai etika yang benar dalam menggunakan media sosial dan mengembangkan cara bersosial media yang produktif dan bermanfaat guna menunjang karir mereka.

Terakhir, fresh graduate sebaiknya memanfaatkan media sosial dengan baik dan efektif dalam mencari informasi terkait lowongan pekerjaan, karena tingkat efektivitas media sosial dalam membantu responden mencari informasi mengenai lowongan pekerjaan cukup tinggi. Jika efektivitas media sosial yang tinggi dalam mencari pekerjaan diiringi dengan kemampuan memanfaatkan sosial media yang efektif, maka fresh graduate akan dengan mudah mendapat pekerjaan dan menata karir untuk tingkat lebih tinggi di masa yang mendatang. Dengan memperhatikan saran dan rekomendasi tersebut, diharapkan fresh graduate dapat memanfaatkan media sosial dengan baik dan efektif dalam mencari pekerjaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Erfianah, M. E. (2022). Efektivitas Media Sosial Instagram @Loker_Kotasurabaya Dalam Pemenuhan. 5, 189–199.
- Fauzan, M., Ramadhan, M., Putra, T. R., Zainudin, A., Ngai, A. D. R., Hawari, F. N., Triadi, R. O., & Rahman, S. A. (2022). Dampak Negatif Dari Penggunaan Media Sosial. 3, 101–104.
- Haneswari, L. (2021). Perancangan Pesan Komunikasi dalam Membentuk Konten di Media Sosial.
- Hardiansyah, R., Danial, R. D. M., & Nurmala, R. (2023). Efektivitas E-Recruitment dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Pelamar Kerja Generasi Z. COSTING: Journal of Economic, Bussines and Accounting, 7(1), 682-691.
- Husna, J., Prasetya, A., Shadiqin, S., Pungki, S. F. B., & Muhammin, Y. (2021). Efektivitas Metode Rekrutmen Melalui Media Sosial. Information Science and Library, 2(1), 45-54.
- Irawan, A. W., Yusufianto, A., Agustina, D., & Dean, R. (2020). Laporan survei internet APJII 2019-2020 (Q2). Jakarta: PT Pusat Survei Indonesia Raya.
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Karunia, H., Ashri, N., & Irawansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, 3(1), 92-104.
- Mubarok, H., & Prehanto, D. R. (2021). Sistem Analisa Lowongan Kerja di Indonesia pada Media Sosial Facebook Dengan Metode TF-IDF dan Decision Tree. Journal of Informatics and Computer Science (JINACS), 3(02), 200-206.
- Mudjiyanto, B. (2016). Metode Penelitian Komunikasi Berbasis Internet. Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, 20(2), 259. <https://doi.org/10.31445/jskm.2016.200209>
- Nugroho, S., & Umanto, F. D. D. E. (2017). Metode kuantitatif.
- Putra, Y. S. (2017). Theoretical review: Teori perbedaan generasi. Among makarti, 9(2).
- Sitompul, P., Mahmudah, D., & Damanik, M. P. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Ketenagakerjaan Di Kalangan Angkatan Kerja Muda Pada Masa Pandemi COVID-19. Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, 25(2), 203.

<https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4399>

- Yuhana, G. P. (2018). Penggunaan Media Online Pencari Kerja Jobstreet Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja (Studi Korelasi Terpaan dan Kualitas Sistem Aplikasi Media Online Pencari Kerja JobStreet dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Lulusan Ilmu Komunikasi Non Reguler FISIP UNS Periode Wisuda Januari 2017 Sampai Juli 2018).
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41-52.