

REPRESENTASI IDENTITAS VIRTUAL MAHASISWA PESERTA MBKM MAGANG DALAM AKUN *LINKEDIN* DI KOTA DENPASAR

Ida Ayu Gede Putri Astiti¹⁾, Ni Made Anggita Sastri Mahadewi²⁾, I Gst. Ngr. Agung Krisna
Aditya³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email : dayuputri857@gmail.com¹, anggitasastrimahadewi@unud.ac.id²,

krisnaaditya25@unud.ac.id³

ABSTRACT

This study focuses on virtual identity representation in MBKM Internship students in LinkedIn. The puposes of this study is to describe and analyze the virtual identity representation in LinkedIn account of MBKM Internship students. The method used in this study is a quallitative approach. The theory used in analyzing this research is virtual identity theory from Daniel Chandler. The result of this study reveal that the representation of virtual identities in LinkedIn accounts aims to build student virtual identities professionally. The purpose of students using LinkedIn as a means of representing virtual identity is as a means of sharing messages received, a means of increasing job opportunities, media of information about the world of work, interacting with other users, as well as a means of showing the identity of students participating in the MBKM Internship. Efforts made by MBKM Internship participant students to show their virtual identities, namely, completing personal data, completing data in features, being organized in grammar, filling in experience features in work experience, volunteering, and organizations, participating in mini courses, testimonials from other users, and create standalone projects to add to the portfolio. However, regarding LinkedIn, companies are still not active in using LinkedIn, students who are not yet literate about LinkedIn, and people who are not yet integrated with technology make LinkedIn not optimally utilized.

Keywords: : LinkedIn, representation, virtual identity, MBKM Magang

1. PENDAHULUAN

Ilmu pengetahuan dan teknologi mengalami perkembangan yang pesat dan membawa perubahan yang pesat pula dalam berbagai aspek kehidupan. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dinamis ini membuat perguruan tinggi harus merespon dengan cepat dan tepat. Perguruan tinggi diharapkan dapat melaksanakan proses pembelajaran yang inovatif, salah satunya dengan adanya kebijakan program

Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) memiliki berbagai bentuk, yakni proyek pengabdian masyarakat di desa, mengajar di satuan pendidikan, pertukaran mahasiswa, melakukan penelitian, kewirausahaan, studi independen, mengikuti program kemanusiaan, serta magang atau praktik kerja di industri (Buku Panduan MBKM, 2020: 3). Salah satu bentuk program

MBKM yakni MBKM Magang. MBKM Magang dilaksanakan dengan pembelajaran langsung di tempat kerja oleh mahasiswa. Berdasarkan Buku Panduan MBKM, (2020: 12) terdapat tahapan mekanisme pelaksanaan magang bagi mahasiswa yakni, mendapatkan persetujuan dosen pembimbing akademik dan mengikuti seleksi magang sesuai ketentuan magang.

Kebutuhan perusahaan dalam mendapatkan tenaga kerja baik magang maupun pekerja profesional mengalami persaingan yang ketat. Sehingga, beberapa perusahaan menyarankan mahasiswa untuk melampirkan beberapa berkas, seperti *Curriculum Vitae* (CV). Seiring dengan berjalannya waktu, proses rekrutmen menerapkan keuntungan teknologi berbasis media sosial seperti *website*, *Jobstreet*, dan *LinkedIn*.

LinkedIn merupakan media sosial yang digunakan untuk tujuan khusus yakni meningkatkan profesionalitas pengguna di bidang pekerjaan. Dilansir dari perusahaan analisis marketing NapoleonCat menunjukkan jumlah pengguna aktif *LinkedIn* per Juli 2021 sebanyak 18,86 juta pengguna. Selain itu, pengguna *LinkedIn* dengan kelompok usia 18-24 tahun sebanyak 33,4 persen yang menunjukkan jumlah pengguna aktif *LinkedIn*. Keberadaan *LinkedIn* memberikan manfaat bagi perusahaan, usaha kecil serta mahasiswa sebagai penggunanya. Dilansir dari www.kompas.com (2022) *LinkedIn* digunakan oleh pemilik usaha sebagai wadah berkomunikasi antar perusahaan

yang ingin mengembangkan bisnis secara profesional untuk membangun kredibilitas dirinya. Bagi mahasiswa, *LinkedIn* dijadikan sarana untuk menunjukkan identitas diri kepada pengguna lain dengan tujuan profesional.

Manfaat *LinkedIn* bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa peserta MBKM Magang yakni memungkinkan mahasiswa untuk memperluas relasi baik dari kampus, luar kampus, serta beragam profesi. Lebih lanjut, *LinkedIn* memudahkan mahasiswa menemukan lowongan intership, volunteer hingga pekerjaan. Mahasiswa juga aktif membagikan pengalaman maupun portofolio guna menunjukkan citra diri mahasiswa. Pemanfaatan *LinkedIn* yang dapat digunakan sebagai media yang bertujuan untuk menunjukkan identitas virtual penggunanya, dalam hal ini yakni mahasiswa peserta MBKM Magang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh dalam skripsi yang berjudul Representasi Mahasiswa Peserta MBKM Magang Dalam Akun *LinkedIn* di Kota Denpasar.

2. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian terkait *Representasi Identitas Virtual Mahasiswa Peserta MBKM Magang Dalam Akun LinkedIn di Kota Denpasar*, penulis perlu melakukan peninjauan terhadap penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Penulis menggunakan tiga hasil penelitian terdahulu sebagai pembanding untuk menunjukkan orisinalitas penelitian.

Penelitian pertama dilakukan oleh Hartati (2018) dengan judul Representasi Profesionalisme Individu Dalam LinkedIn (Studi Pada Alumni XL Future Leaders Batch 3) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif serta teori dari Erving Goffman yakni presentasi diri. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa keprofesionalan dari alumni XL Future Leader Batch 3 terlihat dari foto, latar belakang pendidikan dan pekerjaan, detail pengalaman, penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Penelitian kedua dilakukan oleh Ranjani Sukma Ainun (2021) dalam skripsinya yang berjudul Hubungan Antara Motif Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi LinkedIn Sebagai Media Pencari Kerja dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif serta teori *uses of gratification*. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa ada hubungan yang signifikan antara motif terhadap kepuasan pengguna media sosial LinkedIn. Keempat motif tersebut yakni motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan yang menunjukkan adanya kategori yang positif dan tinggi.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Anastasia Savitri (2021) dengan skripsi yang berjudul Ambiguitas Identitas Dalam Akun Instagram Mahasiswa/I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif serta teori milik Daniel Chandler yakni *ambiguity identity in new media theory*. Hasil penelitian tersebut

menjelaskan bahwa akun mahasiswa/I FISIP Unud menunjukkan identitas diri dalam kehidupan maya, yang mana mahasiswa/I memiliki dua akun Instagram.

Teori yang penulis gunakan dalam menganalisis permasalahan penelitian berasal dari pemikiran ahli semiotik yakni Daniel Chandler. Dalam karyanya yang berjudul *Semiotika: The Basics, a Dictionary of Media and Communication, a Dictionary of Social Media*. Serta, jurnal yang berjudul *The Construction of Identity in the Personal Homepages of Adolescents*, Chandler memaparkan bahwa isi dari *personal homepage* (profil beranda) mencerminkan berbagai tujuan, namun tujuan utamanya yakni presentasi diri. Presentasi diri dalam kehidupan sehari-hari terlihat dalam gaya berpakaian individu, gaya rambut, interaksi, sikap, selera, gaya hidup dan sebagainya.

Teori ini memiliki dua hal yang membentuk identitas individu dalam dunia maya, yakni pertama komunikasi massa dan *personal homepage*, serta yang kedua yakni membangun identitas. Pertama, komunikasi massa yakni komunikasi melalui media massa, baik media cetak maupun media elektronik. *The web is medium which represents a radical departure from previous modes for the 'presentation of self in everyday life'* (Goffman dalam Chandler, 1998). Media elektronik dalam hal ini media sosial LinkedIn menjadi sebuah sarana baru yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana identitas mahasiswa peserta MBKM Magang dapat dilihat oleh publik.

Kedua, membangun identitas, Chandler (1997) dalam jurnalnya yang berjudul *The Construction of Identity in the Personal Homepage of Adolescents* menyatakan personal homepage adalah sesuatu yang dibuat oleh seseorang yang berisikan konten pribadi dan memiliki suatu tujuan. Media sosial menjadi ruang pribadi bagi seorang individu yang dimanfaatkan untuk menyimpan informasi karena dapat didesain sedemikian rupa sesuai kehendak pengguna. Identitas virtual dalam media sosial direpresentasikan melalui hasil upaya yang dilakukan oleh pengguna.

Virtual identity theory digunakan untuk memaparkan lebih dalam terkait representasi identitas virtual akun LinkedIn mahasiswa peserta MBKM Magang. Tidak hanya itu, melalui teori tersebut penulis juga ingin menganalisis upaya yang dilakukan oleh mahasiswa peserta MBKM Magang dalam merepresentasikan identitas virtual dalam akun *LinkedIn*. Sehingga, *virtual identity theory* diharapkan mampu membantu menjelaskan fenomena representasi identitas virtual mahasiswa.

3. METODELOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yakni pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian, yakni deskriptif. Ranah dan lokasi dalam penelitian ini merupakan akun media sosial *LinkedIn* mahasiswa peserta MBKM Magang di Kota Denpasar, alasan pemilihan ranah dan lokasi tersebut dikarenakan mahasiswa termasuk dalam pengguna aktif *LinkedIn*, khususnya saat mengikuti MBKM Magang. Sehingga berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik

menganalisis lebih dalam lagi terkait fenomena representasi identitas virtual mahasiswa peserta MBKM dalam akun LinkedIn Sekota Denpasar.

Pada jenis data, penulis menggunakan jenis data kualitatif sebagai data utama serta data kuantitatif sebagai data pelengkap penelitian. Kemudian untuk sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan data sekunder. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan tiga informan, yakni informan kunci, informan utama, dan informan pelengkap. Adapun teknik yang digunakan peneliti dalam mendapatkan data penelitian, yakni observasi, wawancara, studi dokumen dan dokumentasi. Kemudian, teknik analisis data yang digunakan penulis adalah data model Miles dan Huberman dengan menggunakan empat teknik, yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

LinkedIn merupakan media sosial yang digunakan untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya dan berbagi informasi terkait portofolio, berupa pengalaman kerja atau magang. *LinkedIn* memiliki dua jenis akun yakni, akun biasa (gratis) dan akun berbayar. Dalam *LinkedIn* terdapat tiga tingkatan bagaimana pengguna terhubung dengan pengguna lainnya di *LinkedIn*. Tingkatan pertama, *first-degree connections* yakni pengguna mengetahui secara personal pengguna lainnya.

Tingkatan kedua, *second-degree network* members yakni pengguna lain yang mengenal setidaknya satu dari koneksi yang terhubung dengan pengguna. Tingkatan ketiga, *third-degree network* yakni pengguna yang mengenal dari teman temannya temanmu.

Hadirnya kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Magang memberikan kesempatan bagi mahasiswa di perguruan tinggi negeri dan swasta guna menambah pengalaman dalam dunia kerja secara langsung selama satu semester (6 bulan masa perkuliahan). Salah satu mitra MBKM Magang, yakni Bakrie Center Foundation ikut serta berpartisipasi dalam MBKM Magang karena melihat potensi dan branding dari program MBKM Magang yang mampu memberikan feedback bagi kegiatan *Campus Leader Program* yang diselenggarakan oleh Bakrie Center Foundation. Adanya program MBKM Magang ini membuat mahasiswa termotivasi ikut serta mendaftar di banyak instansi yang berkerjasama dengan perguruan tinggi.

Antusias mahasiswa yang sulit dihindari serta adanya pembatasan sosial yang diterapkan karena pandemi covid-19 menyebabkan proses pendaftaran MBKM Magang dilakukan secara daring. Mahasiswa mendaftarkan diri secara daring, dengan melampirkan beberapa berkas seperti berkas administrasi dan akademik serta mengikuti seleksi yang diperlukan. Setelahnya, akan ditentukan mahasiswa yang lulus seleksi dan

selanjutnya dapat disebut sebagai peserta MBKM Magang.

Mahasiswa mulai lebih bergantung dengan teknologi, sebagai sarana baru yang membantu dalam mendapatkan informasi. Teknologi tradisional kini berkembang menjadi teknologi modern. Begitu pula dengan sarana dan teknis mencari pekerjaan. Berdasarkan data dari Napoleon Cat, jumlah pengguna aktif *LinkedIn* di Indonesia sebanyak 22.172.000 pada bulan Desember 2022 (Napoleoncat.com). Kemudahan dan manfaat yang ditawarkan oleh *LinkedIn* membuat banyak mahasiswa menggunakannya. Manfaat tersebut tampak dilihat dari peluang diberikan yakni sebagai media yang mewadahi mahasiswa yang ingin menunjukkan dan melihat pencapaian di bidang akademik maupun non akademik, memperbesar peluang kerja, sebagai media sumber informasi seputar dunia kerja, sarana berinteraksi antar pengguna, hingga sebagai media yang mampu menunjukkan identitas virtual penggunanya. Namun, melihat ternyata beberapa perusahaan atau instansi yang bekerjasama dengan MBKM Magang tidak mewajibkan mahasiswa menyantumkan *LinkedIn* pada saat mendaftar, tidak menyurutkan keputusan mahasiswa untuk menggunakan *LinkedIn*. Lebih lanjut, mahasiswa beranggapan dengan menggunakan dan menyantumkan *LinkedIn*, akan memperbesar peluang mereka diterima dan tervalidasi bahwa mereka merupakan mahasiswa yang pantas diterima dalam instansi tersebut.

Identitas virtual yang mereka presentasikan tervalidasi dan terasa nyata jika sudah memiliki *LinkedIn*. Kemudian, dari pihak perusahaan pun tidak menolak dan justru menggunakan *LinkedIn* sebagai media mereka berinteraksi dengan sesama alumni *Campus Leader Program*, agar jalinan komunikasi dapat dibina dengan baik.

4.2 Representasi Identitas Virtual Mahasiswa Peserta MBKM Magang dalam Akun *LinkedIn*

LinkedIn memberikan kebebasan kepada para penggunanya untuk menunjukkan identitasnya, termasuk menunjukkan dirinya dengan lebih profesional melalui fitur-fitur yang telah disediakan. *LinkedIn* sebagai media sosial yang dikhususkan bagi profesional telah memberikan kesempatan bagi penggunanya, mahasiswa peserta MBKM Magang khususnya untuk membagikan pencapaian yang telah diraih. Mahasiswa memutuskan untuk lebih memilih membagikan pencapaiannya di *LinkedIn* daripada media sosial lainnya.

Pandangan mahasiswa khususnya peserta MBKM Magang dalam menggunakan *LinkedIn* yakni sebagai media sosial yang dikhususkan bagi profesional atau pengguna yang ingin mencari pekerjaan dan relasi kerja. Ada kebiasaan yang dilakukan oleh mahasiswa ketika menggunakan *LinkedIn* yakni menunjukkan identitas mereka secara profesional, identitas yang ditampilkan seperti kerapian, keprofesionalan serta kecakapan sebagai mahasiswa. *LinkedIn*

sebagai media sosial bagi para profesional mendorong mahasiswa peserta MBKM Magang menggunakannya sebagai sarana menunjukkan identitas virtual secara profesional.

Pandangan mahasiswa mengenai *LinkedIn* yakni dianggap sebagai media sosial yang mampu menarik perhatian instansi, perusahaan dan lembaga pencari kerja. Lebih lanjut, *LinkedIn* digunakan sebagai sarana yang mempermudah mahasiswa peserta MBKM magang untuk mendekati diri dengan pengguna lainnya. Hal ini dikarenakan setiap penggunanya dapat berinteraksi dengan pengguna lain dan menukar informasi seputar dunia kerja. Adanya media sosial *LinkedIn* pada kehidupan mahasiswa peserta MBKM Magang, yakni dalam hal merepresentasikan diri tentu menjadi suatu hal yang baru dikenal oleh mahasiswa. Mahasiswa yang awalnya mengenal CV sebagai sarana merepresentasikan diri secara profesional, kini diperkenalkan dengan sarana representasi diri dengan cara baru, yakni menggunakan *LinkedIn*.

4.3 Upaya Mahasiswa Peserta MBKM Magang dalam Merepresentasikan Identitas Virtual dalam Akun *LinkedIn*

LinkedIn memberikan kesempatan yang luas bagi penggunanya untuk menunjukkan identitasnya, termasuk cara dan upaya dalam merepresentasikan dirinya secara virtual. Sebagai media sosial yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk membagikan portofolio,

sehingga setiap pengguna berupaya semaksimal mungkin untuk menunjukkan identitas virtualnya. Mahasiswa peserta MBKM Magang melakukan upaya yang bertujuan untuk membentuk identitas secara profesional. Profesionalitas bagi mahasiswa MBKM Magang dapat terlihat dari setiap upaya yang mereka lakukan, yakni melengkapi data diri secara umum, menggunakan dan mengisi fitur dalam *LinkedIn* secara maksimal, teratur dalam tata bahasa, mengikuti *volunteer* baik di dalam maupun di luar kampus, hingga menambah pengalaman kerja.

Tidak hanya itu, pengguna lain membantu satu sama lain untuk menambah profesionalitas dalam fitur testimoni. Layaknya media sosial lain, *LinkedIn* memberikan kesempatan kepada tiap penggunanya untuk berinteraksi. Salah satunya melalui fitur testimoni, pengguna *LinkedIn* dapat mengumpulkan ulasan dari pengguna lainnya untuk menambah nilai mahasiswa. Nyatanya, interaksi antara individu di dunia nyata kini dapat beralih ke dunia maya. Perkembangan teknologi memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk menunjukkan identitas dan kelayakannya menjadi seorang profesional. Keprofesionalan mahasiswa peserta MBKM Magang dapat terlihat pula dalam bagaimana cara mahasiswa menuturkan dan menyampaikan pesan dalam bentuk tulisan.

Untuk membentuk akun *LinkedIn* dengan identitas virtual yang profesional sama dengan representasi pengguna di kehidupan nyata, mahasiswa melakukan

berbagai upaya. Mahasiswa peserta MBKM Magang melakukan upaya yang bertujuan untuk membentuk identitas secara profesional dan menambah informasi terkait dunia kerja secara profesional.

4.4 Analisis Representasi Identitas Mahasiswa Peserta MBKM Magang dalam Akun LinkedIn: Virtual Identity

Proses merepresentasikan identitas dan upaya dalam membangun identitas virtual dalam *Virtual Identity Theory* dari Daniel Chandler dalam penelitian ini terdiri dari dua elemen utama yang perlu diperhatikan. Kedua elemen yang menunjang identitas virtual yakni kehadiran komunikasi massa sehingga menciptakan personal homepage dan proses membangun identitas dalam beranda pribadi (*homepage*). Kedua elemen tersebut nantinya akan menentukan bagaimana identitas seseorang dapat terlihat dalam dunia virtual. Kedua dua tersebut sebagai berikut:

1. Komunikasi massa dan personal homepage

Media sosial sebagai bagian dari media elektronik dalam komunikasi massa menjadi sarana merepresentasikan diri mahasiswa peserta MBKM Magang dalam dunia virtual. *The web is medium which represents a radical departure from previous modes for the 'presentation of self in everyday life'* (Goffman dalam Chandler, 1998). Media elektronik dalam hal ini media sosial *LinkedIn* menjadi sebuah sarana baru yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana identitas mahasiswa peserta

MBKM Magang dapat dilihat oleh publik. Identitas seseorang di dunia nyata dapat terlihat dari bentuk fisik, jenis kelamin, agama, ras dan lingkungan pergaulannya. Namun, di dalam dunia virtual, hal tersebut tidak berjalan seperti itu. Mahasiswa peserta MBKM Magang dapat memilih untuk menunjukkan apa yang mereka ingin tunjukkan sesuai dengan tujuan mereka menggunakan LinkedIn.

Chandler dalam karyanya *Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web* (1998) menjelaskan media massa (internet) adalah bentuk komunikasi yang dilakukan tidak secara langsung. Tidak seperti media yang secara langsung seperti telepon maupun facetime diwaktu yang langsung (real time). Dalam karyanya *Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web* (1998) Chandler memaparkan estetika dan konstruksi halaman website terhadap identitas individu digambarkan sebagai bricolage. Bricolage merupakan istilah bagi suatu hal yang dimanfaatkan dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya untuk membentuk hal baru. Dalam hal ini, identitas mahasiswa peserta MBKM Magang di dunia nyata dibentuk kembali menjadi identitas virtual di dunia maya yakni *LinkedIn*. Chandler mengutip gagasan dari seorang antropolog yakni Claude Levi-Strauss tentang *bricoleur* yang menyatakan karakteristik dunia virtual sebagai media yang mendukung penggunaan kembali dalam bricolage. Sifat virtual dan digital dari website sebagai media mendukung penggunaan kembali

dalam bricolage dalam materi yang ada karena model dapat diabstraksi tanpa batas sementara tidak tersentuh. Maksudnya yakni, *LinkedIn* bagi mahasiswa peserta MBKM Magang merupakan sarana yang dapat merepresentasikan identitas virtual mereka secara tepat. Dalam hal ini mahasiswa lebih memilih mengunggah postingan di media sosial *LinkedIn* dibandingkan media sosial lainnya.

LinkedIn sebagai media sosial yang digunakan oleh profesional memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk dapat menampilkan pencapaian dalam kehidupan mereka. Sehingga muncul pandangan, ketika mahasiswa memiliki *LinkedIn*, maka mereka menggunakannya untuk menampilkan identitas diri secara profesional. Michael Jaffe dkk. memaparkan bahwa 'seseorang "mengelola identitas" dengan secara sengaja memamerkan dan menahan potongan-potongan informasi sosial, untuk tujuan mempengaruhi persepsi orang lain terhadap orang itu (Jaffe et al. 1995). Nilai-nilai bricoleur tercermin dalam asumsi yang mendasari inklusi, kiasan, penghilangan, adaptasi, dan pengaturan tertentu. Lebih lanjut, konten atau tema beranda pribadi seseorang mencerminkan berbagai tujuan, namun tujuan utamanya yakni presentasi diri. Dalam hal ini, setiap konten dan aktivitas yang dilakukan oleh mahasiswa peserta MBKM Magang di akun *LinkedIn* nya memiliki berbagai tujuan, namun tujuan utama dari aktivitas tersebut yakni merepresentasikan identitas virtual mereka secara profesional.

Strategi *bricoleur* dibatasi tidak hanya oleh pertimbangan pragmatis seperti kesesuaian dengan tujuan dan kesiapan tangan tetapi oleh pengalaman dan kompetensi individu dalam memilih dan menggunakan bahan yang 'tepat' (Chandler, 1998). Maksud dari pernyataan Chandler yakni, pengguna media sosial dalam menampilkan identitas virtualnya dalam *LinkedIn* tidak hanya dilatarbelakangi oleh tujuan yang ingin dicapai, namun dilatarbelakangi juga oleh bagaimana pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh mahasiswa mengenai manfaat *LinkedIn*.

2. Membangun Identitas Virtual

Chandler (1997) dalam jurnalnya yang berjudul *The Construction of Identity in the Personal Homepage of Adolescents* menyatakan personal homepage adalah sesuatu yang dibuat oleh seseorang yang berisikan konten pribadi dan memiliki suatu tujuan. *LinkedIn* sebagai media sosial memberikan realitas virtual serta memberikan kontribusi yang signifikan bagi realitas virtual. *LinkedIn* menjadi ruang pribadi bagi mahasiswa peserta MBKM Magang yang dimanfaatkan untuk menyimpan informasi karena dapat didesain sedemikian rupa sesuai kehendak mahasiswa. Identitas virtual dalam akun *LinkedIn* mahasiswa peserta MBKM Magang direpresentasikan melalui hasil upaya yang dilakukan oleh mahasiswa. Identitas mahasiswa dapat terlihat melalui *LinkedIn*, oleh karena itu mahasiswa mengatur tatanan profil mereka dengan rapi.

Reickson (dalam Chandler, 1997) menyatakan, langkah pertama dalam membangun identitas virtual adalah dengan pertanyaan umum yakni '*Who Am I?*'. Lebih lanjut, dengan pertanyaan sederhana tersebut, seseorang diajak untuk membayangkan konten apa saja yang dapat diisi dalam personal homepage. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi penulis, beberapa informan telah mengetahui upaya pertama yang perlu dilakukan guna membangun identitas virtual dalam *LinkedIn*. Dalam membangun sebuah identitas virtual seseorang perlu mengisi detail biodata pribadi, kualitas diri (*hardskill* dan *softskill*), minat, hingga rekan dan relasi yang dimiliki (Chandler, 1997). Dalam penelitiannya, Chandler memaparkan beberapa orang tidak terlalu baik dalam mendeskripsikan dirinya melalui kata-kata, namun sangat mungkin bagi seseorang untuk menampilkan identitasnya melalui foto, gambar, video, musik dan sebagainya (Chandler, 1997).

Mahasiswa menunjukkan keprofesionalan diri melalui pengalaman yang dimiliki, baik pengalaman kerja atau magang, volunteer di dalam maupun luar kampus, keanggotaan organisasi atau komunitas, hingga keikutsertaan dalam sebuah *mini course*. Lebih lanjut, Chandler (1998) memaparkan beberapa halaman beranda dibagi menjadi jendela atau 'bingkai' terpisah. Beberapa memiliki 'penghitung akses' untuk mencatat jumlah 'hit'; beberapa memiliki 'buku tamu' bagi orang untuk meninggalkan komentar tentang halaman yang dapat diulas orang

lain; beberapa memiliki 'formulir' untuk diisi. Meskipun mahasiswa sebagai pengguna LinkedIn dapat memilih apa yang akan diungkapkan tentang diri mereka dalam konten LinkedIn, bentuk di mana mereka melakukannya mungkin melibatkan pengungkapan yang disengaja dan tidak disengaja (serta terkadang menyebabkan salah tafsir). Oleh karena itu, adanya fitur testimoni dan rekomendasi dalam *LinkedIn* menjadi nilai lebih bagi penggunanya.

Dilansir dari laman www.bowenmedia.com manfaat *LinkedIn* salah satunya sebagai alat analisis, yang mana melalui *LinkedIn* mahasiswa dapat melihat siapa saja pengguna yang telah mengunjungi profilnya. Identitas yang dibangun melalui pandangan dari rekan kerja serta senior di sebuah perusahaan akan menambah validasi identitas yang sengaja dibangun dalam *LinkedIn* mahasiswa. Melalui hasil wawancara yang dilakukan penulis, mahasiswa peserta MBKM Magang dalam membangun identitas virtual dalam *LinkedIn* dihadapkan dengan keputusan merepresentasikan identitas yang bagaimana. Mahasiswa memiliki peluang sebebaskan-bebasnya dalam mempertukan mahasiswa dengan pengguna dengan tujuan secara profesional melalui *LinkedIn*. Sehingga *LinkedIn* dijadikan sebagai sarana interaksi dan komunikasi yang tepat bagi mahasiswa peserta MBKM Magang.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Representasi Identitas

Virtual Mahasiswa Peserta MBKM Magang dalam Akun *LinkedIn* di Kota Denpasar, penulis menarik kesimpulan berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, yaitu representasi identitas virtual dalam akun *LinkedIn* bertujuan untuk membangun identitas virtual mahasiswa secara profesional. Tujuan mahasiswa menggunakan *LinkedIn* sebagai sarana representasi identitas virtual sebagai berikut, sebagai sarana membagikan pencapaian yang diterima, sarana memperbesar peluang kerja, media informasi seputar dunia kerja, berinteraksi dengan pengguna lain, serta sebagai sarana menunjukkan identitas virtual mahasiswa peserta MBKM Magang. *LinkedIn* sebagai media sosial yang berorientasi pada bisnis secara profesional mempermudah mahasiswa dalam menunjukkan identitas dirinya. Bahwasanya dari beberapa informan memandang identitas yang ingin ditampilkan dalam akun *LinkedIn* mereka yakni mahasiswa yang aktif dan memiliki pengalaman sehingga dapat diterima di dalam perusahaan. Beberapa perusahaan yang bekerjasama dengan MBKM Magang tidak mewajibkan mahasiswa menyantumkan akun *LinkedIn* mereka ketika mendaftarkan diri. Namun, hal tersebut bukan berarti perusahaan tidak melihat akun *LinkedIn* mahasiswa. Perusahaan menggunakan *LinkedIn* sebagai sarana menjalin komunikasi dengan mahasiswa yang telah menjadi alumni dalam program MBKM mereka.

Upaya yang dilakukan oleh mahasiswa peserta MBKM Magang guna

menunjukkan identitas virtual mereka yakni, melengkapi data diri, melengkapi data di fitur, teratur dalam bertata bahasa, mengisi fitur *experience* dalam pengalaman kerja, volunteer, serta organisasi, mengikuti mini course, testimoni dari pengguna lain, dan membuat proyek mandiri untuk menambahkan portofolio. Profesionalitas bagi mahasiswa MBKM Magang dapat terlihat dari setiap upaya yang mereka lakukan, yakni melengkapi data diri secara umum, menggunakan dan mengisi fitur dalam *LinkedIn* secara maksimal, teratur dalam tata bahasa, mengikuti volunteer baik di dalam maupun di luar kampus, hingga menambah pengalaman kerja.

Dalam *virtual identity theory*, Daniel Chandler menjelaskan bahwa representasi identitas virtual mahasiswa peserta MBKM Magang di *LinkedIn* dapat dilihat dari media massa dan proses membangun identitas. Media massa dalam hal ini *LinkedIn* merupakan sarana bagi mahasiswa untuk menampilkan identitas diri berupa data diri dan informasi penunjang keprofesionalan mahasiswa agar dapat menarik perhatian sebuah perusahaan maupun instansi. Serta, proses membangun identitas virtual mahasiswa yang dilakukan melalui beberapa upaya.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku;

Sugiyono. (2010). *Metode Penulisan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.

Moleong, Lexy. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakrya.

Skripsi;

Savitri, Annastasia. (2021). *Ambiguitas Identitas Dalam Akun Instagram Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Denpasar: Universitas Udayana.

Hartati. (2018). *Representasi Profesionalisme Individu Dalam LinkedIn (Studi Pada Alumni XL Future Leaders Batch 3)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Ainun, R.S. (2021). *Hubungan Antara Motivasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi LinkedIn Sebagai Media Pencari Kerja*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Medan: Universitas Sumatera Utara

Internet;

Bowwenmedia.com. (2021). *The Benefits of LinkedIn for Business Marketing*. Diakses pada tanggal 26 Februari 2023 melalui <https://www.bowwenmedia.com/thoughts/the-benefits-of-linkedin-for-business-marketing>

Chandler, D. & Robert-Young, D. (1998). *The Construction of Identity in the Personal Homepages of Adolescents*. University of Wales, Aberystwyth. Online. Diakses pada 6 Februari 2022 melalui <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/short/strasbourg.html>

Chandler, Daniel. (1998). *Personal Home Page and the Construction of Identities on the Web*. Online. Diakses pada 26 September 2022 melalui <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html>

DataIndonesia.id. (2022). *Pengguna LinkedIn di Indonesia Capai 22,07 Juta pada Juli 2022*. Diakses pada tanggal 10 April 2023 melalui <https://dataIndonesia.id/digital/detail/pengguna-linkedin-di-indonesia-capai-2207-juta-pada-juli-2022>

Dirjen Dikti Kemendikbud. (2020). *Buku Panduan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka*. Diakses pada tanggal 10 April 2023 melalui <http://dikti.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2020/04/Buku->

[Panduan-Merdeka-Belajar-Kampus-Merdeka-2020](#)

- Elad, Joel. (2011). LinkedIn for Dummies. Diakses secara online pada tanggal 10 April 2023 melalui https://archive.org/details/linkedinforummies0000elad_t8y4/page/13/mode/1up?view=theater
- Kompas.com. (2022). 5 Cara Optimalkan Profil LinkedIn Agar Dilirik Perusahaan. Diakses secara online pada tanggal 11 April 2023 melalui <https://www.kompas.com/edu/read/2022/11/28/111000771/5-cara-optimalkan-profil-linkedin-agar-dilirik-perusahaan>