

APLIKASI *LINKEDIN* DALAM PERSPEKTIF KONSTRUKSI SOSIAL TEKNOLOGI

Delfi Destiyanti ¹⁾, Wahyu Budi Nugroho ²⁾, Gede Kamajaya ³⁾

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

Email: delfidestiyanti@student.unud.ac.id ¹⁾, wahyubudinug@unud.ac.id ²⁾,
kama.jaya@unud.ac.id ³⁾

ABSTRACT

The focus of this research includes the impact of using LinkedIn on users as well as the development of this social media. The purpose of the study is to explain and analyze the social construction of technology on LinkedIn. The method used is qualitative with a descriptive-explanatory approach. The social construction of technology theory proposed by Pinch and Bijker was used to analyze this research. This research reveals that LinkedIn users utilize the platform to search for job vacancies, enhance knowledge and skills applicable in the workplace, expand their professional networks, build their personal image, and increase visibility through personal branding. Furthermore, the study shows that the use of LinkedIn has a positive impact on the career development of its users. This research also emphasizes the importance of digital presence on LinkedIn, which can be linked to the numerous benefits that LinkedIn provides, particularly in today's highly competitive job market.

Keywords: *LinkedIn, Social Media, Social Construction of Technology*

1. PENDAHULUAN

Media sosial terus mengalami perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun, berkembang dari kecil, tersebar, situs dengan basis komunitas lokal, hingga menjadi perusahaan dengan jangkauan global (Rawanoko, dkk. 2021). Banyak bermunculan media sosial dengan keunggulan serta keunikan dari masing-masing situs jejaring.

Tidak dapat disangkal bahwa kegunaan media sosial menyesuaikan dengan kebutuhan manusia yang dinamis sehingga menjadikannya terus berkembang mengikuti hajat hidup masyarakat.

Tidak hanya mengubah cara individu untuk bersosialisasi satu dengan lainnya, media sosial kini juga membarui proses

individu untuk melakukan aktivitas lainnya, tidak terkecuali mencari lowongan pekerjaan. Saat ini, pengguna media sosial yang ingin mencari pekerjaan bisa menghabiskan waktu mereka untuk menggulir linimasa guna menemukan lowongan pekerjaan.

Jika dibandingkan dengan cara konvensional seperti pada era sebelum internet, tentu mencoba menemukan lowongan pekerjaan melalui situs internet akan lebih efektif dan efisien secara waktu dan tenaga.

Salah satu situs media sosial untuk para pencari lowongan pekerjaan atau loker yakni *LinkedIn*. Situs jejaring ini dirancang untuk menghubungkan para profesional bisnis dan memungkinkan penggunaanya untuk berbagi informasi, mendapatkan

jawaban, dan mempromosikan diri mereka sendiri dan bisnis mereka (Butow & Taylor, 2008).

Permasalahan atas kebutuhan pengguna akan ekosistem profesional di internet yang dijawab oleh *LinkedIn* merupakan bentuk dari konstruksi sosial dalam teknologi dimana hal ini tercipta dari kebutuhan manusia era sekarang akan informasi tentang karier yang bisa diakses secara cepat.

Sejarah *LinkedIn* diawali pada tahun 2003 saat seorang pengusaha Amerika Serikat merasa bahwa dia dapat menciptakan cara yang lebih baik untuk menangani kebutuhan akan jaringan profesional. Hingga pada tahun tersebut, belum banyak *website* yang memungkinkan pengguna "menjual" imaji mereka, misalnya memamerkan keterampilan atau keahlian, melalui halaman media sosial yang dimiliki.

Tidak jarang, kita mendengar bahwa teknologi mengubah dan membentuk cara manusia hidup karena diciptakan untuk memudahkan kita dalam bekerja, berjejaring, hingga mencari hiburan. Namun Trevor Pinch dan Wiebe E. Bijker (1984) melalui artikelnya *The Social Construction of Facts and Artefacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other* memperkenalkan konsep konstruksi sosial teknologi dimana teknologi tidak dilihat sebagai pembentuk masyarakat tetapi sebaliknya—masyarakatlah yang membentuk teknologi.

Berdasarkan pemaparan di atas, ditarik rumusan masalah berupa: Bagaimana perspektif konstruksi sosial

teknologi dalam memandang aplikasi *LinkedIn*?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu yang menggunakan topik serupa dilakukan oleh Alfaruqy dan Irwansyah (2022) yang berjudul "Aplikasi *Halodoc* sebagai Bentuk dari Konstruksi Sosial dalam Media Baru di Masa Pandemi Covid-19" dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan masyarakat kini memiliki kebutuhan akan segala sesuatu yang cepat, praktis, dan ekonomis untuk menunjang keseharian mereka. Pada masa pandemi, *Halodoc* sebagai aplikasi yang bergerak di bidang kesehatan menghadirkan layanan konsultasi dokter melalui *smartphone* hingga jasa tes Covid-19 di rumah.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Nur Mahmudah El Madja (2021) dengan judul "New Media and Social Construction of Technology (SCOT) on Cak Ed Online Delivery Service in Lamongan Regency" dengan menggunakan metode kualitatif. Dijelaskan bahwa hadirnya teknologi komunikasi dalam khususnya dalam bidang transportasi layanan antarpesanan *Cak Ed* di Kabupaten Lamongan merupakan contoh nyata dari penerapan media baru dan konstruksi sosial dalam masyarakat.

Penelitian ketiga yakni dilakukan oleh Wahyu Nurhadi dan Irwansyah (2018) yang berjudul "*Crowdfunding* sebagai Konstruksi Sosial Teknologi dan Media Baru". Pemanfaatan teknologi dalam konsep penggalangan dana ini dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakat akan teknologi yang

mudah dan efisien untuk berdonasi kepada sesama.

Selanjutnya penelitian oleh dilakukan oleh Atika Budhi Utami dan Kencana Ariestyani Suryadi (2021) dengan judul "Travel Vlog YouTube: Social Construction of Technology and Traveling Culture Among Millennials". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *vlog* perjalanan adalah contoh progresif dari konstruksi sosial teknologi yang berkontribusi pada peningkatan signifikan terhadap tren *traveling* di kalangan milenial.

3. METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif-eksplanatif yang berfungsi untuk menggambarkan fenomena yang ada, baik alamiah maupun buatan manusia, dengan lebih menitikberatkan pada karakteristik, kualitas, serta keterkaitan antar kejadian (Sukmadinata, 2011).

Tujuan dipilihnya pendekatan ini dalam penelitian adalah untuk mengeksplorasi pengguna dan artefak teknologi *LinkedIn* melalui teori konstruksi sosial teknologi di mana fenomena yang terlihat di permukaan seringkali berbeda dengan maksud utama.

Ranah yang dikaji dalam penelitian ini melingkupi media sosial sekaligus situs jejaring profesional *LinkedIn* dengan alasan karena media sosial satu ini dianggap sudah menjadi strategi wajib bagi para profesional, baik pelaku bisnis dan pencari kerja untuk menjalin relasi bisnis dan membangun jenjang karier.

Teknik pengumpulan yang dipakai untuk mendapatkan data penelitian yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Mengingat objek dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi *LinkedIn*, lokasi dilaksanakannya observasi penelitian disesuaikan dengan kenyamanan para informan. Tahapan observasi dilakukan adalah dengan cara mengamati kebiasaan informan melalui hasil percakapan wawancara dan rekaman aktivitas informan saat menggunakan aplikasi *LinkedIn*.

Wawancara mendalam dilakukan bersama informan yang dinilai menguasai apa yang dibahas dalam penelitian ini dan bersedia memberikan informasi secara akurat. Informan yang relevan dengan penelitian ini terdiri dari pengguna aktif *LinkedIn* baik yang sudah dan belum pernah mendapat pekerjaan dari *LinkedIn*, rekruter yang mencari tenaga kerja melalui *LinkedIn*, serta pengguna aktif media sosial selain *LinkedIn* yang sudah mendapat pekerjaan melalui media sosial yang dipakai.

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk melengkapi dan memperkuat kebenaran data atau informasi terkait penggunaan media sosial *LinkedIn* yang sudah dihimpun dari teknik observasi dan wawancara.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 GAMBARAN UMUM LINKEDIN

4.1.1 Kondisi Ketenagakerjaan dan Angkatan Kerja di Indonesia

Keunggulan yang dimiliki Indonesia yakni melimpahnya penduduk juga menjadi modal yang sangat penting dalam pembangunan karena penduduk yang

khususnya termasuk ke dalam usia angkatan kerja merupakan pelaku dalam berbagai aktivitas pembangunan. Menurut pengertian bps.go.id, penduduk yang termasuk ke dalam angkatan kerja merupakan penduduk usia kerja (15 tahun dan lebih) yang sedang bekerja, atau punya pekerjaan namun sementara tidak bekerja dan pengangguran.

Namun tidak bisa dipungkiri bahwasanya masalah mendasar yang masih dialami pada dunia ketenagakerjaan di Indonesia adalah angka pengangguran yang tidak bisa diabaikan. Indonesia yang memiliki pertumbuhan penduduk yang pesat, dapat menghasilkan angkatan kerja yang banyak pula.

Hal tersebut tidak diimbangi dengan pertumbuhan kesempatan kerja hingga akhirnya berdampak pada persaingan di lapangan pekerjaan yang kini semakin ketat. Tidak seimbang penawaran dan permintaan yang terjadi di lapangan pekerjaan, membuat para pencari kerja kini dituntut untuk mampu bersaing tidak hanya dengan meningkatkan kualitas dan keterampilan pribadi, namun juga melakukan strategi pengembangan karier.

4.1.2 *LinkedIn* sebagai Media Sosial Sekaligus Portal Lowongan Kerja

Seiring dengan berkembangnya zaman, masyarakat kini telah memasuki era *Society 5.0* yang merupakan lanjutan dari konsep-konsep sebelumnya dan menitikberatkan pada teknologi sebagai bagian dari manusia itu sendiri (Puspita, dkk. 2020).

Bisa dirasakan bagaimana berbagai aspek kehidupan sekarang ini sudah terintegrasi dan saling terhubung secara digital misalnya dengan kemunculan media sosial *LinkedIn* yang telah terbukti memudahkan para profesional untuk saling berinteraksi dalam lingkup ekosistem yang formal.

Dengan lahirnya *LinkedIn* pada tahun 2003, menjadikannya salah satu media sosial tertua di internet, bahkan lebih tua mengalahkan sejumlah media sosial paling populer, seperti *Facebook*, *YouTube*, dan *Twitter*.

Kesuksesan media sosial ini hingga sekarang memiliki lebih dari 900 juta pengguna pada lebih dari 200 wilayah di berbagai belahan dunia berdasarkan data yang dikutip pada laman about.linkedin.com (2023), tidak bisa dilepaskan dari fakta bahwasanya *LinkedIn* memang sudah melekat dengan para profesional untuk menjalin jaringan profesional dan pengembangan karier.

4.2 PENGGUNAAN *LINKEDIN* DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN DIRI DAN KARIER

Besarnya peranan yang dimiliki *LinkedIn* dewasa ini juga tidak bisa dilepaskan dari banyaknya pengguna yang memanfaatkan segala kemudahan yang ditawarkan hingga akhirnya dipandang sebagai suatu keharusan untuk memiliki *LinkedIn*.

Anggapan bahwa *LinkedIn* sudah menjadi media sosial yang harus dimiliki dewasa ini, tidak hanya datang dari

lingkungan sekitar seperti pertemanan sebaya dan keluarga, namun justru juga datang dari ranah yang lebih formal seperti pekerjaan dan bahkan pendidikan (khususnya perguruan tinggi).

Persoalan ini bisa jadi disebabkan karena media sosial ini sendiri dilihat dapat membuktikan kredibilitas seseorang pada bidang pekerjaannya melalui rekam jejak yang dibuat. Selain itu, melalui *LinkedIn*, penggunaanya juga diberikan kesempatan yang besar untuk menunjukkan minat dan bakat mereka serta membangun kesan positif yang bisa dilihat pengguna lain dan para perekrut.

4.2.1 Kelebihan Media Sosial *LinkedIn*

Pentingnya presensi digital pada *LinkedIn* bisa dikaitkan dengan banyaknya manfaat yang diberikan oleh *LinkedIn* sebagai media sosial sekaligus portal lowongan kerja yang sudah dirasakan oleh masyarakat sejauh ini yang turut ditunjang dengan berbagai fitur yang memaksimalkan pengalaman penggunaanya.

Pengguna *LinkedIn* dapat memanfaatkan laman *Jobs* di media sosial ini untuk mencari peluang pekerjaan dan memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan pencarian mereka dengan filter kriteria tertentu seperti jarak, tipe pekerjaan, industri, perusahaan, kata kunci, dan lain sebagainya. Dengan cara ini, pengguna bisa mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Fitur *Easy Apply* pada laman *Jobs* memberikan kemudahan bagi pengguna saat mendaftar lowongan pekerjaan.

Dengan menggunakan fitur ini di *LinkedIn*, pengguna dapat mengirimkan lamaran pekerjaan ke banyak perusahaan sekaligus dengan cepat dan mudah. Hal ini tentu bisa meningkatkan peluang pengguna untuk mendapatkan pekerjaan yang diinginkan.

Namun, di sisi lain, terdapat pandangan yang bertolak belakang dari rekruter perusahaan terkait fitur *Easy Apply*. Meskipun fitur *Easy Apply* di *LinkedIn* memberikan banyak manfaat bagi para pencari kerja yakni terlalu banyaknya lamaran yang masuk yang tidak semuanya berkualitas—hal ini bisa dikaitkan dengan kemudahan pengguna untuk mengirimkan lamaran secara cepat—sehingga rekruter perlu mengeluarkan usaha lebih untuk menyaring lamaran yang kurang berkualitas.

4.2.2 Konsekuensi atau Kekurangan Media Sosial *LinkedIn*

Jika dibandingkan dengan media sosial lain, *LinkedIn* merupakan media sosial yang paling jarang dipakai karena di situs ini pengguna diharapkan memperlihatkan kesuksesan mereka dalam bidang pekerjaan, prestasi, dan keahlian yang dimiliki yang dilihat sebagai riwayat digital.

Namun, seringkali pengguna *LinkedIn* merasa kurang percaya diri setelah terpapar dengan konten yang menampilkan kesuksesan karier yang diunggah oleh pengguna lain.

Jika dikaitkan dengan teori kekerasan simbolik yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu, perasaan kurang percaya diri atau inferioritas yang dirasakan oleh pengguna media sosial ini dapat terjadi ketika individu

merasa dirinya tidak setara dengan orang lain yang memiliki kapital sosial, baik itu dari segi kemampuan, status sosial, atau dalam kasus dalam penelitian ini yaitu kesuksesan karier.

Sikap membanding-bandingkan yang terjadi di media sosial seringkali membuat orang merasa iri terhadap gaya hidup dan kesuksesan orang lain dan berakibat pada kurang rasa bersyukur atas apa yang dimiliki (Ahmed, dkk. 2020).

Tidak sedikit juga pengguna yang pernah mengalami penipuan dan pemalsuan informasi di situs jejaring ini karena *LinkedIn* hingga kini belum memiliki fitur yang dapat mengidentifikasi akun palsu serta memvalidasi setiap tawaran pekerjaan. Hal-hal tersebut sebenarnya bisa dilihat sebagai konsekuensi yang lahir dari pengaruh penggunaan media sosial *LinkedIn*.

Di era internet seperti sekarang, semakin banyaknya informasi yang tersedia menunjukkan betapa pentingnya literasi digital yang dapat membantu pengguna dalam mengkurasi informasi yang relevan dan valid.

4.3 LINKEDIN DALAM PERSPEKTIF TEORI KONSTRUKSI SOSIAL TEKNOLOGI

Teori konstruksi sosial teknologi yang diusulkan oleh Pinch dan Bijker terdiri dari empat komponen yang dapat membantu untuk menjelaskan bagaimana perilaku masyarakat khususnya pengguna *LinkedIn* dapat memengaruhi perkembangan media sosial ini.

1. Kelompok Sosial Relevan

Secara garis besar, terdapat dua tipe kelompok sosial yang diteliti. Pertama, adalah pengguna *LinkedIn* itu sendiri, yang terdiri dari rekruter perusahaan dan pengguna yang menggunakan media sosial ini untuk diri mereka sendiri.

Kedua, kelompok sosial yang disebut sebagai pengamat atau *bystanders*, yaitu pengguna media sosial lainnya yang tidak menggunakan *LinkedIn* secara langsung, namun familiar dengan dunia lowongan pekerjaan di media sosial yang mereka gunakan.

Pengguna media sosial yang menggunakan *LinkedIn* untuk tujuan pribadi dapat dibagi kembali menjadi dua kategori utama, yaitu pengguna yang sedang mencari lowongan pekerjaan secara aktif dan pengguna yang mencari lowongan pekerjaan secara pasif.

Ketika pengguna menggunakan *LinkedIn* secara aktif, artinya saat ini mereka sedang menggunakan media sosial ini untuk mencari lowongan pekerjaan dan memperluas jaringan profesional mereka.

Sedangkan untuk pengguna yang mencari lowongan kerja secara pasif berarti meskipun pengguna *LinkedIn* tidak sedang aktif mencari pekerjaan, namun kegiatan yang mereka lakukan seperti mencari informasi tentang perusahaan, tips dari rekruter, dan memperbarui profil dapat berdampak positif secara jangka panjang bagi pengembangan karier mereka di masa depan.

2. Fleksibilitas Interpretatif

Terdapat beberapa motivasi yang melatarbelakangi pengguna *LinkedIn*, yakni

pengguna yang menggunakan media sosial ini untuk mencari lowongan kerja yang dilakukan dengan mengirimkan lamaran dan mengikuti pengumuman lowongan yang tersedia di situs ini.

Sementara itu, terdapat juga pengguna lain yang memakai *LinkedIn* untuk mengembangkan pengetahuan mereka tentang perkembangan di industri tertentu dengan mengikuti postingan dari para praktisi di bidang tertentu atau bisa disebut dengan *LinkedIn Influencer*.

LinkedIn juga mewadahi penggunaanya yang memiliki tujuan untuk memperluas jaringan profesional mereka dengan cara berkoneksi dengan orang-orang yang mempunyai minat dan latar belakang yang serupa, hal ini tentu sangat berguna khususnya bagi mahasiswa tingkat akhir yang sedang ingin memulai karier setelah menamatkan kuliah di perguruan tinggi.

Di samping itu, terdapat juga pengguna yang menggunakan situs ini untuk membangun *personal branding* mereka dengan membuat profil yang menarik, menampilkan portofolio pekerjaan, dan berbagi konten berkualitas tentang pengalaman, opini, dan pengetahuan di bidang keahlian masing-masing.

Kesempatan besar untuk melakukan *personal branding* demi menonjolkan profesionalitas didorong oleh fitur-fitur yang disediakan oleh *LinkedIn*, hal ini tentu berbeda jika dibandingkan dengan berbagai media sosial lain. Di dunia yang sangat kompetitif seperti saat ini, membangun citra diri yang profesional melalui *LinkedIn* dapat membantu penggunaanya untuk

membedakan diri dari pencari lowongan pekerjaan lainnya demi menarik perhatian para perekrut perusahaan.

Perbedaan ini adalah contoh konkret dari komponen fleksibilitas interpretatif, di mana pengguna dapat menafsirkan dan menggunakan *LinkedIn* secara unik dan pribadi, tergantung pada kebutuhan, kepentingan, dan kegiatan sehari-hari mereka.

Jika dibandingkan dengan pencari lowongan kerja yang menggunakan medsos lain, penggunaan media sosial seperti *Instagram* atau *Twitter* untuk loker didasari pada alasan preferensi, pengalaman mereka dalam menggunakan media sosial yang dipakai, serta pengaruh lingkungan sekitar.

3. Penutupan dan Stabilisasi

Komponen ini menjelaskan bahwa ketika sebuah teknologi berkembang, akan timbul perbedaan interpretasi atau konflik antara kelompok sosial yang berbeda. Namun, dengan melakukan penyesuaian pada desain teknologi tersebut, maka masalah ini dapat diatasi dan tidak lagi menjadi halangan bagi kelompok sosial relevan yang terlibat.

Jika ditarik ke belakang, *LinkedIn* sebagai media sosial sudah melalui berbagai perubahan dalam beberapa tahun ke belakang untuk memenuhi kebutuhan para penggunaanya dengan lebih baik. Hal ini dilakukan dengan menambahkan fitur-fitur baru dan merancang ulang tampilan halaman utama untuk memudahkan para penggunaanya untuk saling terhubung, berjejaring, dan menemukan peluang kerja.

Pada tahun 2004, setahun setelah dirilisnya situs ini sendiri, *LinkedIn* menambahkan kemampuan yang memungkinkan penggunanya untuk mengundang kolega bisnis mereka serta memasukkan fitur *Groups* untuk membangun komunitas profesional.

Untuk meningkatkan aspek sosial pada media jejaring ini, pada tahun 2006 *LinkedIn* kemudian meluncurkan *Recommendations* dan juga *Public Profiles* yang bisa digunakan penggunanya untuk mencantumkan riwayat karier mereka.

Kemudian, laman *Jobs* yang dirilis pada tahun 2009 yang menjadi salah satu atribut paling populer dan melekat pada *LinkedIn* hingga masih banyak digunakan oleh para pencari kerja saat ini (Potter, 2015).

Perubahan ini tentu ditujukan untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih maksimal hingga bisa dilihat kini telah sukses menjadi jembatan para penggunanya dengan perusahaan-perusahaan.

4. Konteks yang Lebih Luas

Selain ketiga komponen yang sudah dibahas di atas, harus juga diperhatikan konteks sosial politik di sekitar masyarakat sebagai pengguna itu sendiri. Ketika dikaitkan dengan media sosial *LinkedIn*, tentu tidak bisa lepas dari pembahasan kondisi ketenagakerjaan di Indonesia. Pengangguran merupakan salah satu topik utama yang menjadi fokus pemerintah dan menjadi perhatian penting dalam pembahasan kondisi ketenagakerjaan di Indonesia.

Salah satu program pemerintah untuk menanggulangi permasalahan tersebut yaitu Program Kartu Prakerja. Secara singkat, program ini diharapkan dapat membantu meminimalisir angka pengangguran sekaligus memajukan kualitas tenaga kerja di Indonesia dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan yang bisa diakses secara *online* dan bantuan finansial kepada peserta yang terpilih.

Namun, terdapat perdebatan mengenai efektivitas program kartu prakerja ini sendiri salah satunya karena pelatihan yang diberikan dinilai belum mampu memberikan informasi yang tepat kepada peserta mengenai jenis keahlian yang dibutuhkan oleh industri potensial yang relevan di masa kini.

Dalam konteks penggunaan media sosial *LinkedIn* sendiri, media sosial ini sebenarnya sudah menyediakan berbagai konten yang berkaitan dengan pekerjaan dan industri, yang dibalut dalam bentuk seperti artikel, video, dan modul. Bahkan dapat dikatakan bahwa informasi yang tersedia di *LinkedIn* mengenai industri potensial lebih lengkap dan mendetail.

5. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial *LinkedIn* sendiri memiliki banyak manfaat yang bisa digunakan bagi individu-individu yang ingin mengembangkan karier. Baik untuk mencari pekerjaan, mencari tenaga kerja, saling terhubung dengan para profesional, menambah keahlian yang relevan dengan industri sekarang, serta membangun *personal branding*.

Melalui teori konstruksi sosial teknologi, Pinch dan Bijker menjelaskan proses untuk membantu menjelaskan bagaimana *LinkedIn* memengaruhi perilaku masyarakat khususnya pengguna media sosial satu ini, serta bagaimana masyarakat juga dapat memengaruhi perkembangan media sosial yang bisa dijelaskan melalui empat komponen, yakni kelompok sosial relevan, fleksibilitas interpretatif, penutupan dan stabilisasi, serta konteks yang lebih luas.

6. SARAN

- a. Presensi digital pada situs *LinkedIn* sangat penting dalam dunia kerja saat ini karena *LinkedIn* merupakan media sosial yang secara spesifik untuk memfasilitasi komunikasi dan jaringan profesional antara para pekerja dan perusahaan.
- b. Penting untuk menggunakan fitur-fitur yang tersedia di *LinkedIn* karena dapat membesar peluang karier pengguna melalui media sosial ini.
- c. *LinkedIn* diharapkan dapat meningkatkan promosinya hingga dapat membantu meningkatkan popularitas media sosial ini yang bermanfaat.
- d. Pemerintah dapat bekerja sama dengan media sosial seperti *LinkedIn* untuk membantu memberikan informasi tentang lapangan pekerjaan yang tersedia di berbagai industri atau bidang tertentu.

7. DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Butow, E., & Taylor, K. 2008. *How to Succeed in Business Using*

LinkedIn: Making Connections and Capturing Opportunities on the World's# 1 Business Networking Site. New York: AMACOM Div American Mgmt Assn.

Sukmadinata, N. S. 2011. *Metode Penelitian dan Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

JURNAL:

Ahmed, P., Kaur, G., Sharma, N., & Singh, A. 2020. The Dark Side of Social Media: Psychological, Managerial, and Societal Perspectives. *International Journal of Information Management*, 13(23).

Alfaruqy, Z., & Irwansyah, I. 2022. Aplikasi *Halodoc* sebagai Bentuk dari Konstruksi Sosial dalam Media Baru di Masa Pandemi Covid 19. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(2), 2835-2848.

El Madja, N. M. 2021. New Media and Social Construction of Technology (SCOT) on Cak Ed Online Delivery Service in Lamongan Regency. *MUHARRIK: Jurnal Dakwah dan Sosial*, 4(01), 79-95.

Nurhadi, W., & Irwansyah, I. 2018. *Crowdfunding* sebagai Konstruksi Sosial Teknologi dan Media Baru. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 2(2), 1-12.

Pinch, T. J., & Bijker, W. E. 1984. The Social Construction of Facts and Artefacts: or How the Sociology of Science and The Sociology of Technology Might Benefit Each Other. *Social Studies of Science*, 14(3), 399-441.

Puspita, Y., Fitriani, Y., Astuti, S., & Novianti, S. 2022. Selamat Tinggal Revolusi Industri 4.0, Selamat Datang Revolusi Industri 5.0. *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi Asia*, 16(1), 9-20.

Rawanoko, E. S., Komalasari, K., Al-Muchtar, S., & Bestari, P. 2021. The Use Of Social Media in Ethic Digital Perspective. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 18(1), 148-157.

Utami, A. B., & Suryadi, K. A. 2021. Travel Vlog YouTube: Social Construction of Technology and Traveling Culture Among Millennials. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 14(2), 295-310.

WEBSITE:

Badan Pusat Statistik. 2021. *Tenaga Kerja [Data dan Informasi Statistik]*. Diakses pada tanggal 27 Februari 2023 dalam laman <https://www.bps.go.id/subject/6/tenaga-kerja.html>.

LinkedIn.com. 2023. *About LinkedIn*. Diakses pada tanggal 14 Februari 2023 dalam laman <https://about.linkedin.com>.

Potter, J. 2015. *The History of LinkedIn*. Diakses pada tanggal 14 Februari 2023, dalam laman <https://www.Linkedin.com/pulse/history-LinkedIn-james-potter/>.