

-

by Rika Rahmadini 1151900025

Submission date: 13-Dec-2022 01:02AM (UTC+0700)

Submission ID: 1979313020

File name: BAB_1,4,5_Rika_R_-_Skripsi_-_Penelitian_Fenomenologi.pdf (11.16M)

Word count: 5534

Character count: 36178

PENDAHULUAN

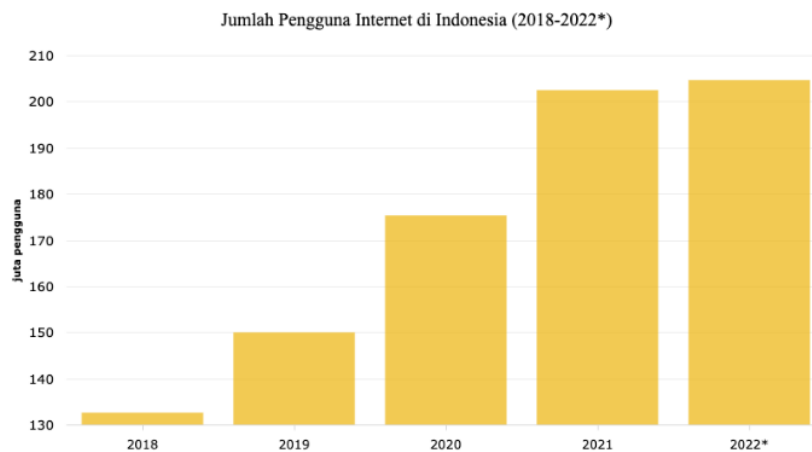
1.1. Latar Belakang Masalah

Penggunaan internet tidak bisa lepas dari aktivitas sehari-hari. Adanya internet kita dapat mengetahui, mencari atau bahkan menyampaikan informasi menjadi lebih cepat. Tidak hanya berbagi informasi namun juga sebagai sarana komunikasi. Smartphone sebagai alat komunikasi kini dilengkapi dengan internet. Sebagian banyak pengguna smartphone menggunakan internet untuk *chatting*, *blogging*, *browsing*, *streaming*, ataupun sekedar *searching* informasi. Randall & Latulipe (dalam Nafisah, 2001) mendefinisikan internet sebagai suatu jaringan global pada komputer yang bisa diakses dimana saja. Hal tersebut menandakan dengan menggunakan internet tanpa adanya batas jarak dan waktu. Kini internet dapat diakses melalui komputer, smartphone, dan bahkan smart tv. Salah satu contoh dari bentuk perkembangan internet yaitu TV kabel menjadi Smart TV yang dapat mengakses internet. Perkembangan teknologi dalam hal ini adalah internet sudah menjadi sarana penting dalam melakukan komunikasi yang memberikan manfaat diantaranya kecepatan dalam komunikasi, kejelasan berkomunikasi, kedekatan tanpa mengenal jarak, kemudahan penyebaran dalam memberikan informasi ungkapan tersebut dijelaskan oleh Kidi (2018) pada sebuah jurnal berjudul teknologi dan aktivitas dalam kehidupan manusia menjelaskan .

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi seiring dengan kehadiran *new media* atau media baru. Istilah media baru bagi peneliti dapat diartikan sebagai memperbarui media yang lama. Jadi pada konteks ini bukan menghilangkan media lama seperti radio, koran, majalah, TV atau sebagainya. Namun melengkapi media yang sudah ada menjadi lebih *up to date*. Menurut Flaw (2002) perubahan media informasi, atau menggunakan media digital, dimana perubahan itu mengikuti industri yang lebih dinamis dan bergantung pada teknologi merupakan bentuk dari konvergensi media. Smart TV merupakan salah satu bentuk konvergensi media, karena melengkapi media TV tanpa menghilangkan fungsi dari TV kabel yang sebelumnya sudah ada. Dengan media baru kita dapat melakukan aktivitas di internet secara virtual. Lingkungan pada media digital dibuat seakan-akan di dunia nyata. Kegiatan yang biasa dilakukan di dunia nyata diterapkan pada suatu media digital. Martin Lister dkk (2009 : 13-14) menjelaskan salah satu karakteristik dari media baru adalah bersifat digital.

Transformasi dari kegiatan langsung di dunia nyata menjadi digital mendapatkan hasil yang baik di Indonesia. Terbukti dengan adanya kenaikan penggunaan internet 5 tahun terakhir mencapai 54,25%. Berdasarkan pada situs databoks, laporan We Are Social memberikan fakta bahwa hingga Januari 2022 pengguna internet di Indonesia berjumlah 204,7 juta pengguna. Dan diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan perluasan jangkauan internet di seluruh wilayah Indonesia.

Gambar 1.1. Kenaikan pengguna internet



Pengguna internet yang tinggi memberikan opini bahwa masyarakat telah terbiasa dengan adanya platform atau layanan digital. Jenis media baru yang seringkali digunakan adalah media sosial. Puntoadi (2011) menjelaskan bahwa media sosial dibagi menjadi tiga bagian. Pertama media sosial sebagai media sharing, atau wadah berbagi data atau file, video, musik, dan lain-lain. Contohnya yaitu Youtube, Spotify, dan Pinterest. Kedua media sebagai collaborating, yang mana aktivitas media melakukan kolaborasi pembicaraan dan diskusi. Contohnya yaitu Yahoo, Zoom, dan Google Meet. Dan yang terakhir adalah media sebagai Connecting, atau diartikan media untuk bersosialisasi dan berinteraksi. Contohnya yaitu Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn. Bagi individu yang sudah menyelesaikan sekolahnya atau yang biasa disebut dengan *fresh graduate* mencari pekerjaan merupakan hal baru bagi mereka. Mudah-mudahan mengakses informasi melalui internet kini mencari lowongan pekerjaan bisa juga dilakukan melalui media sosial LinkedIn.

Gambar 1.2. Informasi lowongan kerja di LinkedIn



Sumber : Loker (2022)

Media sosial tidak hanya sebagai hiburan, namun juga sebagai informasi dalam mencari lowongan pekerjaan.

Daftar riwayat hidup digunakan memperkenalkan diri melalui sebuah dokumen. Riwayat diri disebut juga *curriculum vitae (CV)* yang berguna sebagai persyaratan melamar pekerjaan di suatu perusahaan. Para pencari kerja mengumpulkannya dalam suatu berkas berupa lembaran kertas yang berisi *curriculum vitae (CV)*, portfolio, surat lamaran kerja, dan data diri lainnya. Berkas tersebut lalu dijadikan satu amplop dan mengirimkan di perusahaan untuk ditujukan pada HRD. Selang beberapa hari setelahnya pihak perusahaan akan menghubungi kontak yang telah disertakan, lalu pelamar kerja akan dihubungi untuk melanjutkan proses interview dan tahapan-tahapan selanjutnya. Dengan demikian proses melamar kerja menjadi kurang efisien.

Kini proses melamar kerja bisa lebih mudah melalui media sosial yaitu LinkedIn. LinkedIn menyediakan fitur yang dapat membantu proses melamar kerja bagi penggunanya. Mulai dari mencari pekerjaan, melamar kerja, seleksi CV pelamar kerja, hingga pada pemilihan kandidat. Disinilah peran media sosial LinkedIn diperlukan, tidak hanya sebagai hiburan semata. Pengguna LinkedIn juga dapat mempertemukan pencari kerja dengan *Recruiter* menjadi lebih mudah.

Pengguna LinkedIn di Indonesia yang semakin meningkat tercatat pada data di situs *Napoleon Cat*. Pada akhir tahun 2021 Indonesia mengalami kenaikan pesat pengguna media sosial LinkedIn. Total pengguna akun LinkedIn yang awalnya sebanyak 20,46 juta mengalami kenaikan 2% dibandingkan sebelumnya yang sebesar 20,06 juta pengguna. Di dominasi dari kelompok berusia 18 hingga 55 tahun dengan rincian pengguna sebagai berikut,

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Akun LinkedIn Berdasarkan Usia

Usia	Persentase	Jumlah Pengguna
18-24 tahun	33,2%	6,8 juta
25-34 tahun	58,6%	12 juta
35-54 tahun	7,8%	1,6 juta
55 tahun ke atas	0,3%	61 ribu

Sumber : Website napoleoncat.com

Informasi pengguna LinkedIn yang meningkat menandakan semakin banyak orang Indonesia yang mengetahui aplikasi LinkedIn. Pengguna akun LinkedIn biasanya memposting informasi mengenai pengalamannya bekerja. Postingan tersebut menceritakan kegiatan yang dilakukan pada pekerjaan sebelumnya, lalu menambahkan pencapaian kerja yang dilakukan. *Caption* atau tulisannya menggunakan penataan ¹⁷ **bahasa yang baku dan mudah dimengerti oleh pembaca**. Kesesuaian penulisan yang baik, penggunaan bahasa yang dipilih harusnya mudah dimengerti agar informasi dapat tersampaikan oleh pembaca. Cara menulis menggambarkan bagaimana seseorang berbicara secara langsung kepada pembacanya sebagai lawan bicara.

Selain itu foto resmi juga dilampirkan, seperti halnya pada saat akan melamar kerja yang menggunakan foto dengan pakaian sopan rapi dan background foto polos satu warna.

Lampiran foto pada postingan di akun LinkedIn ini bukanlah tanpa sebab, namun ¹⁵ seperti yang kita ketahui bahwa pada saat akan melamar pekerjaan foto juga sebagai persyaratan data pelamar. Hal tersebut guna mengetahui seseorang sebelum terjadinya pertemuan.

Seperti hal-nya dalam bersosial media, postingan yang menarik akan membuat seseorang penasaran dengan siapa pemiliknya. Recruiter juga melakukan hal yang serupa. Berawal dari ketertarikan berlanjut dengan kunjungan profil akun LinkedIn. Pada akun profil LinkedIn seseorang dapat menilai kapabilitas pemilik akun, melalui riwayat pendidikan bersekolah dimana dengan kejuruan apa yang dipilih. Lalu pencapaian yang sudah diraih seperti lomba yang pernah dilakukan juga bisa ditampilkan. Dan yang terpenting adalah menampilkan kemampuan pada pekerjaan yang dimiliki. Misalnya profesi seorang programmer yang menampilkan penggunaan tools atau bahasa pemrograman yang dikuasai. Tools dapat berupa aplikasi yang mempermudah pekerjaan sesuai dengan bidang profesi. Kemampuan tersebut dapat ditampilkan pada profil akun LinkedIn dan memberikan asumsi bahwa individu memiliki pengalaman dan kapabilitas dalam menjalani profesi. Oleh karena itu penggunaan LinkedIn tidak dapat diandaikan melainkan harus di praktikkan dan masing-masing pengguna bisa berbeda-beda.

Personal branding digunakan sebagai cara menampilkan nilai atau kemampuan seseorang tanpa perlu memperkenalkan diri secara langsung. Kepercayaan bisa hadir dengan adanya *personal branding* yang baik. Misalkan seorang desainer logo yang selalu membagikan project logo yang dikerjakannya di postingan instagram. Maka calon customer bisa lebih yakin menggunakan jasa desainer tersebut, selain itu juga dapat melihat langsung hasil kerja dan pengalaman dalam bidang mendesain. Selain mendapatkan kepercayaan tujuan membangun *personal branding* pada akun LinkedIn adalah agar rekruter dapat mengetahui identitas secara singkat pada satu bidang profesi yang dijalani. Identitas seseorang berkaitan dengan refleksi diri dari sudut pandang orang lain. Pemilik akun LinkedIn dapat membangun citra melalui konten yang dibagikan ataupun diposting.

Ada berbagai cara seseorang membangun *personal branding*. Era digitalisasi kali ini media sosial memiliki target audiens masing-masing. LinkedIn terpilih sebagai platform membangun *personal branding* karena berfokus pada relasi pada bidang profesi kerja yang lebih luas. Alasan mengapa seseorang membangun *personal branding* yaitu agar mendapatkan kepercayaan khususnya dari para rekruter kerja. Kepercayaan terbangun dilihat

dari riwayat pendidikan yang ditampilkan atau bisa juga melalui riwayat pengalaman kerja yang telah dikerjakan. Sehingga pengunjung melihat pemilik akun LinkedIn memiliki *passion* pada profesi yang dijalani. *personal branding* yang baik dapat membantu merepresentasikan bahwa seseorang memiliki value dan tergolong pada orang yang produktif.

Disamping itu pekerja lepas memerlukan sikap yang kolektif akan informasi lowongan pekerjaan. Karena wewenang dalam mengatur pasar dan pekerjaan dilakukan oleh individu itu sendiri. Yang dimaksud mengatur pasar adalah bagaimana pekerja lepas menentukan seseorang atau lembaga yang akan menggunakan jasanya. Kesepakatan kerja akan terjalin dengan adanya perjanjian yang sama-sama disepakati. Pekerja lepas umumnya memiliki alat sendiri untuk bekerja. Menyelesaikan pekerjaan tanpa perlu hadir di kantor bisa dilakukan menggunakan sistem kerja secara remote. *Work from home* merupakan salah satu sebab yang menjadikan sistem kerja remote semakin banyak peminatnya. Dengan terbiasa bekerja dari rumah tentunya efektivitas dari segi waktu dan jarak perjalanan ke kantor menjadi alasan utamanya. Perusahaan teknologi PT Kisun Kreasi Digital menggunakan jasa pekerja lepas dengan sistem remote. Bergerak pada bidang pengembangan perangkat lunak, yang mengkhususkan diri dalam aplikasi digital dan *e-commerce* untuk kebutuhan bisnis.

Dalam merekrut pekerja lepas PT Kisun Kreasi Digital mengutamakan kemampuan yang dimiliki calon kandidat yang akan dipilih. Seseorang dengan *personal branding* yang baik pada aplikasi LinkedIn menjadi pertimbangan yang diutamakan oleh PT Kisun Kreasi Digital. Proses perekrutan pekerja lepas sebelum menjalin kerja sama PT Kisun Kreasi Digital cenderung mencari karyawan yang berpengalaman dalam bidang IT dengan kemampuan di bidang pengembangan perangkat lunak.

Postingan yang dibagikan oleh pengguna LinkedIn sangat umum dan tidak adanya *update* mengenai riwayat diri menjadikan profil LinkedIn seseorang kurang dilirik oleh perusahaan. Oleh karenanya perlu adanya *personal branding* dalam penggunaan LinkedIn, agar mendapatkan perhatian rekruter lalu profilmu mendapatkan kunjungan. Hal ini dapat menciptakan relasi baru atau bahkan mendapatkan penawaran kerja. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif fenomenologi untuk mempelajari makna penggunaan media sosial LinkedIn. Melalui pengalaman pekerja lepas di PT Kisun Kreasi Digital dalam membangun *personal branding*. Pemerolehan data dilakukan dengan cara wawancara kepada subjek penelitian. Observasi dilakukan pada penggunaan akun LinkedIn agar mendapatkan

hasil yang terkini dan sesuai fakta di lapangan. Penelitian ini berfokus pada riset ⁶ humaniora, seni budaya, pendidikan dengan tema riset kajian pembangunan sosial budaya menggunakan topik riset *indigenous studies* sesuai dengan roadmap penelitian & pengabdian prodi ilmu komunikasi fungsi media baru (*new media*) dalam perkembangan aspek intrapersonal, interpersonal dan kelompok, dalam konteks pembentukan identitas individu dan kolektif.

³ 1.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan makna penggunaan media sosial LinkedIn sebagai personal branding pekerja lepas. Hal ini didasarkan pada pengalaman pekerja lepas dan memfokuskan pembahasan yang menjabarkan motif personal branding yang dibangun oleh pekerja lepas sebagai pengguna media sosial LinkedIn.

⁵ 1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, pertanyaan penelitian adalah bagaimana pekerja lepas memaknai penggunaan media sosial LinkedIn dalam membangun personal branding di PT Kisun Kreasi Digital.

³ 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan makna penggunaan media sosial LinkedIn dalam membangun personal branding bagi pekerja lepas PT Kisun Kreasi Digital.

⁴ 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini menghasilkan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai referensi kajian ilmu tentang penggunaan media sosial LinkedIn dalam membangun *personal branding* agar dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Sebagai masukan kepada pembaca dan pengguna akun LinkedIn yang sedang membangun *personal branding*.

BAB 4

HASIL PENELITIAN

Peneliti akan menguraikan serta menerangkan informasi yang didapatkan dari data hasil penelitian. Data tersebut berupa pernyataan dari informan tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada Bab I. Hasil penelitian diperoleh melalui teknik wawancara mendalam secara daring melalui zoom dan juga secara langsung kepada informan. Sebagai bukti tertulis ketersediaan informan dalam penelitian, maka informan diberikan surat permohonan sebagai informan dan lembar persetujuan informan. Kemudian peneliti juga memakai teknik observasi untuk menemukan data pada akun LinkedIn, cara ini dapat melengkapi yang informasi hasil wawancara. Penelitian ini berfokus pada makna dan penggunaan akun LinkedIn dalam membangun personal branding pekerja lepas di PT Kisun Kreasi Digital. Pendekatan yang digunakan peneliti adalah kualitatif untuk melihat fenomena digitalisasi.

13

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian

4.1.1. Pekerja Lepas

Pekerja lepas merupakan karyawan yang memiliki fleksibilitas. Anggapan tersebut didapatkan dari ketiga informan saat wawancara. Baik fleksibilitas waktu dan tempat. Keterikatan kerja yang dimiliki pekerja lepas dengan perusahaan sebatas kesepakatan kerja kedua belah pihak. Pihak perusahaan dan pihak pekerja itu sendiri. Sehingga mengenai aturan seperti jadwal kerja, kebijakan aturan di perusahaan, dan jaminan yang biasanya diterima oleh pekerja tidak didapatkan oleh pekerja lepas.

PT Kisun Kreasi Digital sebagai perusahaan software developer menyediakan jasa untuk pembuatan aplikasi sesuai kebutuhan customernya. Customer dapat melakukan request terkait menu fitur apa saja yang akan diperlukan di perusahaan. Beragamnya permintaan customer yang ingin menampilkan menu menu tertentu di aplikasinya PT Kisun Kreasi Digital menerapkan sistem pekerja lepas. Dimana kesepakatan dengan pekerja terbentuk apabila terdapat pesanan aplikasi. Request dari pesanan tersebut disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki oleh pekerja lepas. Sehingga kontrak dari pekerja lepas terbentuk ketika adanya ada pesanan yang masuk

dan kesepakatan antara pemilik PT Kisun Kreasi Digital sebagai owner dengan pekerja lepas. Pesanan aplikasi tersebut biasa disebut informan sebagai project.

4.1.2. Bekerja Secara Remote

Ketika informan diminta menceritakan bagaimana pekerja lepas bekerja di PT Kisun Kreasi Digital, mereka menjelaskan bahwa aktivitas sebagai pekerja lepas dilakukan secara online atau disebut sebagai remote. Salah satu informan yaitu Ali diberikan pertanyaan tentang apa kaitan pekerja remote dengan pekerja lepas, lalu Ali menjelaskan bahwa kerja remote merupakan cara kerja seseorang melalui jarak jauh dan tidak harus berada di kantor. Cara kerja ini dapat mendukung fleksibilitas waktu karyawan. Karena jika mengharuskan datang ke lokasi kantor, tentunya karyawan perlu mempersiapkan waktu perjalanan untuk berangkat dan pulang kantor. Sehingga waktu tersebut dapat dialokasikan kegiatan lainnya, misalkan menyelesaikan pekerjaan lebih awal.

“beda konteksnya, lepas kontrak tetap kan status kepegawaiannya, kalau remote itu cara kerjanya”

“..maksudnya itu kerja jarak jauh, tidak on site, kerjaan dikerjakan secara daring” imbuhnya.

Dari ungkapan Ali diatas pembahasan merujuk pada cara bekerja secara daring bergantung pada masing-masing profesi yang dijalankan seseorang juga. Sebagai seorang yang berprofesi programmer, dalam bekerja mereka menggunakan tools yang dapat diakses bersama. Tools tersebut telah menggunakan layanan cloud, dimana proses pengerjaan tugas dan penyimpanan data dapat saling sinkron melalui internet. Sehingga proses bekerja dapat dilakukan dimanapun tanpa batasan lokasi. Untuk proses berkomunikasi dilakukan melalui media yang mendukung chat untuk percakapan sehari-hari, atau menggunakan media untuk rapat secara online. PT Kisun Kreasi Digital chat melalui whatsapp, dan media Zoom untuk meeting bersama.

2

4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian didapatkan dari hasil wawancara, peneliti melakukan wawancara secara mendalam menggunakan panduan wawancara yang telah disusun sebelumnya. Penyusunan panduan wawancara berdasarkan lima hal dalam strategi pengelolaan kesan yaitu Supplication, Ingratiation, Exemplification, Intimidation, dan Self-promotion. Jenis wawancara secara mendalam dilakukan menggunakan wawancara semi-terstruktur. Tujuannya untuk menggali informasi lebih dalam namun tetap sesuai dengan arahan pada panduan wawancara. Oleh karenanya dalam proses tanya jawab terdapat beberapa pertanyaan diluar dari panduan wawancara untuk mendapatkan jawaban lebih detail.

Pembahasan diperoleh dari jawaban informan dan dilanjutkan dengan observasi pada akun LinkedIn masing-masing informan. Proses observasi mengecek kecocokan hasil wawancara dengan penerapan penggunaan LinkedIn yang sebenarnya. Sebagai pembahasan hasil wawancara dan observasi, peneliti mendapatkan informasi yang diperlukan. Informasi tersebut berkaitan dengan kontrak kerja, perbedaan dengan pekerja kontrak di perusahaan dan juga kelebihan dan kelemahan yang dimiliki pekerja lepas. Wawancara dilakukan secara terpisah dan dengan waktu yang berbeda beda. Sehingga informasi yang didapatkan secara langsung dari informan tanpa pengaruh pendapat dari informan lainnya. Selain itu proses observasi juga dilakukan secara berkala, tujuannya agar memastikan kembali antara konsistensi penggunaan LinkedIn dengan jawaban atau informasi yang diberikan.

Penelitian melibatkan tiga informan pekerja lepas di PT Kisun Kreasi Digital. Informan memberikan jawaban saat wawancara dengan menceritakan tentang pengalaman mereka selama 1 sampai 2 tahun bekerja. Sebelum proses wawancara dan observasi dimulai, informan telah disediakan lembar Surat Permohonan Sebagai Informan dan lembar Persetujuan Sebagai Informan. Lembar tersebut digunakan sebagai bukti tertulis atas ketersediaan menjadi informan pada penelitian “Makna Penggunaan Media Sosial LinkedIn dalam Membangun Personal Branding Bagi Pekerja Lepas PT Kisun Kreasi Digital”

4.2.1. Pengalaman Aris Membangun Personal Branding

Media sosial merupakan wadah melakukan interaksi sosial secara digital. Untuk menjalin interaksi perlu adanya pengguna akun media sosial yang lain sebagai teman. Pertemanan dalam media sosial akan menampilkan aktivitas yang dilakukan akun LinkedIn, misalnya notifikasi menyukai sebuah postingan, notifikasi pertemanan, dan aktivitas lain seperti membagikan postingan.

Pada akun LinkedIn istilah Pengikut merupakan permintaan untuk berteman dengan akun seseorang. Sedangkan Koneksi merupakan akun LinkedIn seseorang yang mengajukan pertemanan dan diterima oleh pengguna yang diajukan. Adanya koneksi merupakan tahapan awal untuk melakukan interaksi. Baik dalam bentuk interaksi suka, komentar, atau percakapan pribadi.

Mendapatkan kesan suka pengguna akun LinkedIn lain bisa melalui postingan. Karena postingan akun yang terkoneksi akan tampil pada halaman utama LinkedIn, maka lebih mudah untuk memberikan kesan suka.

Gambar 4.1. Postingan yang disukai di akun LinkedIn Aris

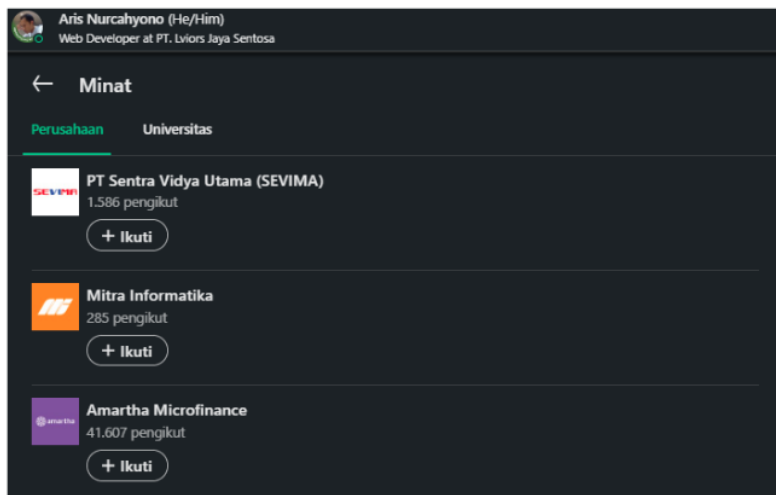


Upaya mendapat kesan suka seseorang termasuk dalam dalam strategi pengelolaan kesan yang disebut dengan Ingratiation. Kesan suka tidak selalu datang dari postingan yang bagus, namun juga yang sesuai dengan minat pengikut atau koneksi. Aris mengungkapkan untuk mendapatkan kesan suka pengguna lain bisa melalui postingan, namun pertimbangan lainnya adalah manfaat bagi audiens.

“Dengan syarat yg di posting itu berguna. Yang sesuai dengan ketertarikan audiens nya, ya menyesuaikan dengan audiens nya siapa. Bisa beda beda.”

Aris memanfaatkan akun LinkedIn agar terkoneksi dengan akun yang memberikan manfaat atau insight baru terkait profesinya. Mengingat teknologi akan selalu berkembang, sehingga diperlukan untuk selalu update akan informasi yang berkaitan dengan teknologi terutama di bidang pekerjaan. Aris juga mengikuti perusahaan teknologi yang seringkali membagikan konten terkait dengan IT, terlihat dari profil akun LinkedIn pada menu Minat.

Gambar 4.2. Minat di akun LinkedIn Aris



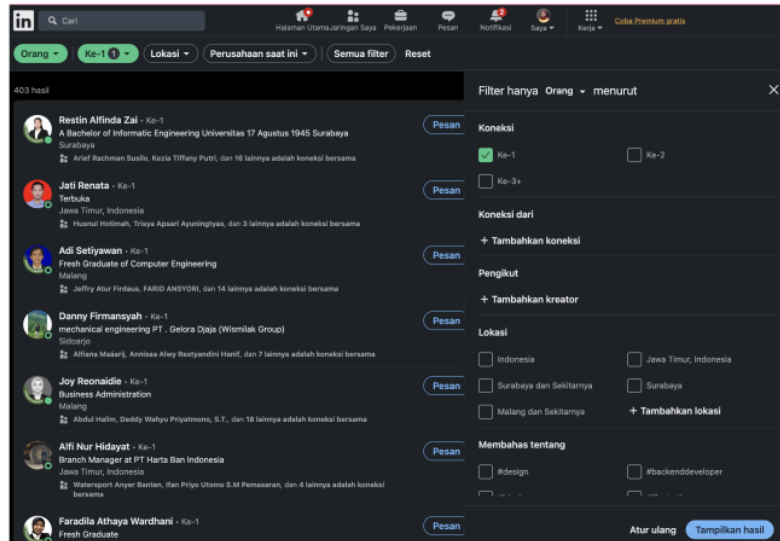
Postingan yang dapat menarik minat Aris merupakan konten yang berkaitan dengan IT, sebagai programmer dia mengakui mendapat upgrade informasi dari Koneksi dan Minat yang diikutinya. Ungkapan tersebut dijabarkannya dalam kalimat berikut,

“Karena saya IT, ya yang berhubungan dengan IT. Bisa perkembangan teknologi yang baru itu apa, yang kira kira bisa berdampak kedepan itu apa, dan yg saat ini sedang banyak atau akan berkembang. Termasuk untuk skill upgrading”

Selama menggunakan LinkedIn Aris menyadari kemudahan mencari koneksi pada LinkedIn. Hal ini ditelusuri oleh peneliti pada akun LinkedIn dan mendapati fitur

filter yang tersedia di LinkedIn. Pada menu Jaringan saya tersedia kolom pencarian yang menyediakan

Gambar 4.3. Filter pencarian di akun LinkedIn



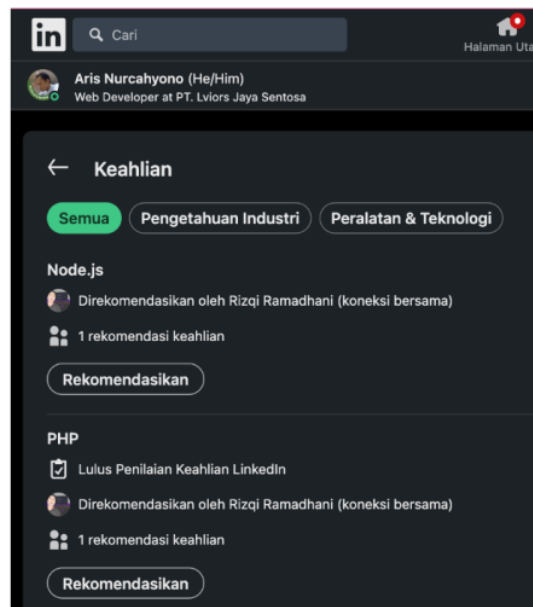
“Kalo di LinkedIn yang buat beda itu bisa buat koneksi buat teman.. Kita bisa melihat teman kita atau koneksi kita itu bekerja dimana. Trus misalkan kita satu kampus kita bisa lihat oh ternyata ada teman kita yang bekerja di perusahaan A, perusahaan B itu bisa dilihat”

Sebagai pengguna LinkedIn selama hampir 3 tahun, kini koneksi yang dimiliki Aris berjumlah 106 koneksi, dan ada 38 akun perusahaan yang diminatinya. Dari keseluruhan koneksinya, Aris tidak hanya terkoneksi dengan akun yang bekerja di tempat yang sama dan bahkan dari asal sekolah yang beragam. Karena saat menggunakan akun LinkedIn, Aris lebih tertarik dengan konten yang diposting daripada memperhatikan asal atau riwayat dari pemilik akun LinkedIn. Meskipun riwayat tersebut tampil pada profil akun LinkedIn, menurutnya riwayat pendidikan sekolah seseorang tidak berpengaruh dalam hal mencari koneksi. Karena saat ini di perusahaan cenderung mencari karyawan yang memiliki keahlian, seperti yang diterapkan pada PT Kisun Kreasi Digital.

Pada akun LinkedIn keahlian perlu ditonjolkan agar rekruter dari perusahaan bisa mengetahui keahlian yang dimiliki apakah sesuai dengan posisi jabatan yang dicari atau tidak. Dalam hal ini diperlukan strategi Exemplification untuk pengelolaan kesan orang lain, agar melihat kemampuan seseorang di akun LinkedIn dan dianggap sebagai seorang yang kompeten. Kesan kompeten tersebut diharapkan oleh pencari kerja untuk mendapatkan pekerjaan dari rekruter. Aris menonjolkan keahlian yang dikuasainya melalui tes keahlian yang disediakan melalui LinkedIn.

“kalau dari fitur Link in sih disediakan menu pekerjaan jadi di menu pekerjaan di Link in itu sudah disesuaikan dari skill yang kita isi di profile kita misalkan saya as programmer saya mengisi skill bahasa pemrograman tertentu di Tab apa di tap di Tab pekerjaan saya akan muncul pekerjaan-pekerjaan sesuai profesi yang saya masukkan skillnya kayak gitu jadi sudah sangat dipersonalisasi sesuai pekerjaan saya itu yang sangat membantu”

Gambar 4.4. Fitur Keahlian di Akun LinkedIn



Tes keahlian yang sudah dilakukan diantaranya adalah bahasa pemrograman Node.js, PHP, MySQL, dan lain lain. Aris memilih tes keahlian tersebut karena profesinya sebagai programmer, sehingga diperlukan keahlian untuk coding.

Sebagai pekerja lepas di PT Kisun Kreasi Digital, Aris menjelaskan beberapa kelemahan. Salah satunya ketidakstabilan gaji sebagai penghasilan.

“Tidak pasti pekerjaanya, terus juga bersaing sama yang lain.”

“Disana kerjanya tiap proyek. Jadi ada proyek buat aplikasi yang sesuai apa nanti disesuaikan timnya. Pasti leadernya nanti buat tim yang kompeten ngerjain”

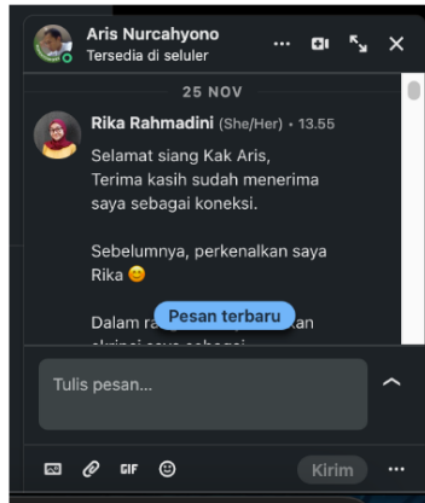
Hal ini dianggap sebagai kelemahan yang perlu dipertimbangkan jika menjadi pekerja lepas. Karena sistem kerja yang diterapkan berdasarkan banyaknya jobdesk dan proyek yang disepakati maka penghasilan yang didapatkan juga tidak menentu. Kelemahan yang dimiliki seseorang bisa dimanfaatkan sebagai pengelolaan kesan yaitu Supplication. Dimana sebuah kelemahan ini menjadi pertimbangan juga Aris dalam mencari pekerjaan.

“Untuk orang-orang yang pengen punya penghasilan stabil kudu di pertimbangkan ya”

Meskipun pekerja lepas memiliki kelemahan, namun dalam proses mencari kerja seseorang memiliki kehendak atas dirinya sendiri. kehendak atau kekuatan yang dimiliki seseorang termasuk dalam strategi pengelolaan kesan yaitu Intimidation. Pemilik akun LinkedIn memiliki kehendak berupa kontrol terhadap penggunaan akunnya. Dalam menggunakan media sosial LinkedIn seseorang bisa memanfaatkan fitur yang tersedia untuk mengatur strategi kesan pengguna lainnya.

Aris mendapatkan kerja di PT Kisun Kreasi Digital dari informasi lowongan kerja yang tampil pada halaman utama akun LinkedIn miliknya. Melalui fitur pesan, Aris menghubungi akun tersebut untuk melamar kerja. Fitur Messages atau pesan diperuntukkan percakapan pribadi antar pengguna media sosial. Pada Messages disediakan untuk melakukan percakapan melalui teks atau yang biasa disebut dengan chatting, berbagi postingan atau tautan, menambahkan lampiran file, serata melakukan pertemuan video yang dapat dijadwalkan. Lampiran file dapat dimanfaatkan sebagai pengiriman CV, portfolio atau berkas lainnya. Sedangkan proses wawancara bisa dilakukan dengan memanfaatkan pertemuan video di messages.

Gambar 4.5. Fitur Pesan di Akun LinkedIn



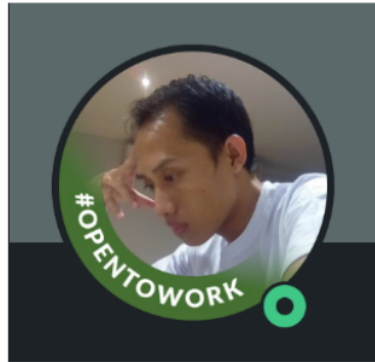
Menurut Aris, penggunaan LinkedIn termasuk dalam membangun personal branding. Karena perlu melakukan promosi diri untuk mendapatkan pekerjaan. Promosi diri ditujukan untuk memberi tahu kepada pengguna lain atau lebih tepatnya rekruter bahwa Aris terbuka untuk penawaran kerja.

Promosi diri atau self-promotion yang dilakukan melalui bingkai foto profil pada akun LinkedIn. Dengan menggunakan bingkai #OPENTOWORK pengguna lain mengetahui bahwa akun tersebut bersedia atas penawaran kerja. Ketika pertanyaan terkait promosi diri yang ditanyakan, informan mengakui bahwa penawaran kerja lebih sering ketika menggunakan bingkai #OPENTOWORK berwarna hijau.

“Pengaruh ke recruiter, jadi tau kalau saya Open Work. Gitu”

“Biasanya dari situ nanti di message untuk penawaran”

Gambar 4.6. Profil pengguna di akun LinkedIn Aris



4.2.2. Pengalaman Rizqi Membangun Personal Branding

Pengalaman Rizqi sebagai programmer diawali dari kejuruan yang diambilnya di pendidikan SMK yaitu Rekayasa Perangkat Lunak (RPL). Semasa bersekolah Rizqi mendapatkan ilmu pemrograman dasar baik teori maupun praktek. Dasar ilmu yang dimilikinya sesekali dilatih, hingga kini programmer sebagai profesinya. Menurutnya riwayat pendidikan sebenarnya tidak mempengaruhi penilaian seseorang dalam mencari kerja, namun ada perusahaan atau lembaga lain yang memang masih memerlukan pendidikan atau pelatihan tertentu sebagai bukti kompeten seseorang pada bidang tersebut.

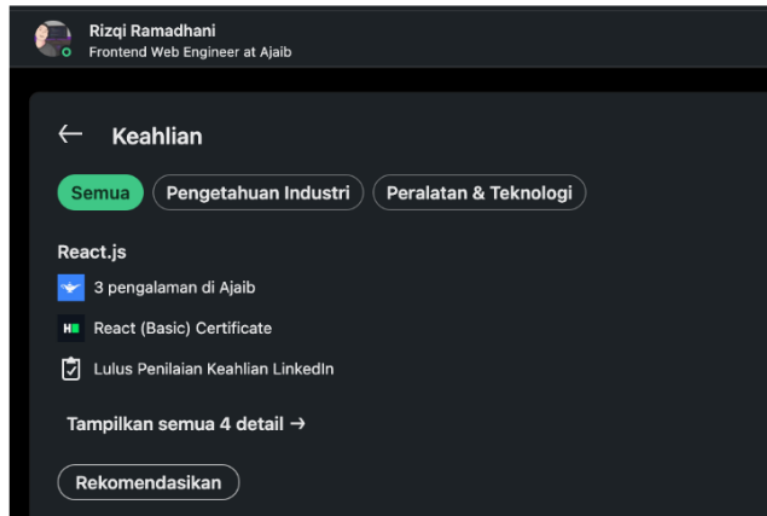
“Menurut saya sih tergantung dari instansinya sih mungkin kalau ke pemerintahan atau profesi seperti kedokteran hukum gitu-gitu yang membutuhkan kredibilitas dari pendidikan itu perlu gelar ya. Tapi kalau kita di bidang kreatif seperti designer atau sekarang programmer engineer gitu-gitu Kita bisa belajar sendiri dan membuat portofolio sendiri untuk mencari pekerjaan Kalau di era sekarang sih ya Tergantung profesi apa sih yang diinginkan. Kayak gitu”

Strategi yang dilakukan Rizqi dalam mengasah kemampuan dapat dijadikan contoh atau role model pengguna akun LinkedIn. Menekankan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mendapatkan kesan kompeten dari pengguna lain merupakan strategi pengelolaan kesan Exemplification.

Di PT Kisun Kreasi Digital mengutamakan kemampuan seseorang untuk dijadikan kandidat sebagai pekerja lepas. Kemampuan inilah yang sangat perlu

ditampilkan pada profil LinkedIn. LinkedIn menyediakan menu Keahlian yang dapat dilengkapi dengan kemampuan pemilik akun.

Gambar 4.7. Keahlian di akun LinkedIn Rizqi



Adanya keahlian pada profil akun LinkedIn memberikan keyakinan bahwa orang tersebut kompeten. Kendati saat ini keahlian seseorang lebih diutamakan di dunia kerja, terlepas dari jenjang pendidikan apa yang sudah dimiliki. Keahlian yang ditampilkan dapat digunakan sebagai personal branding seseorang melalui media sosial. Rizqi mengungkapkan juga dengan menunjukkan keahlian merupakan bentuk dari promosi diri.

“..karena memang kita harus ini sih menunjukkan kalau, Oh aku ini bisa loh..”

Sehingga orang lain memiliki pendapat yang dilakukan sebagai kredibilitas atas kemampuan yang dimilikinya. Sejauh ini pengalaman promosi yang dilakukannya adalah dengan melakukan posting dan membagikan konten yang dapat digunakan penggunaan lainnya. Alasan yang diungkapkan Rizqi mengapa aktivitas posting di LinkedIn sebagai promosi diri adalah

“..dengan posting di sosmed atau akun media sosial seperti LinkedIn gitu-gitu biar orang tahu aja sih gimana kredibilitas kita dalam mengerjakan sesuatu menurut saya..”

Aktivitas posting yang sering dilakukan Rizqi mendatangkan banyak audiens yang menikmati kontennya, termasuk juga pengguna yang bukan koneksi di LinkedIn. Jumlah banyaknya koneksi dan pengikut seseorang terlihat pada bagian atas profil akun LinkedIn.

Gambar 4.8. Keahlian di akun LinkedIn Rizqi

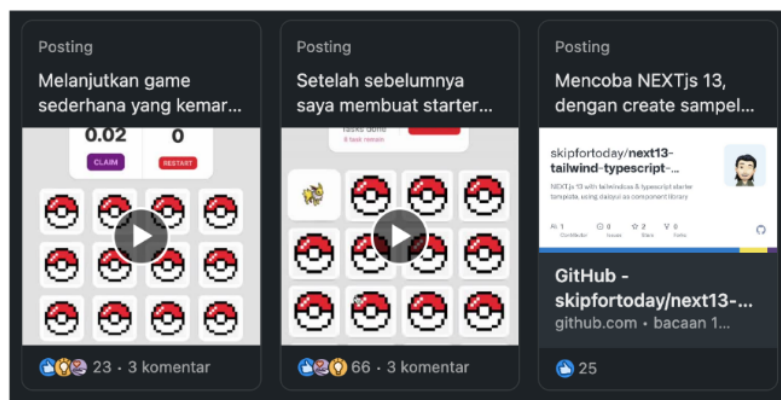


Dalam hal ini strategi ditujukan mendapatkan kesan suka atau Ingratiation, yang didapatkan dari pengguna akun LinkedIn sudah diterapkan oleh Rizqi. Untuk mendatangkan kesan suka, seseorang perlu secara sadar mengetahui profil akun LinkedIn terlebih dahulu. Semakin sering membuka akun LinkedIn untuk melakukan interaksi di media sosial, maka seseorang akan menyadari adanya suatu profil

LinkedIn. Sering aktif yang dimaksud tidak hanya sekedar membuka aplikasi saja namun perlu ada aktivitas di akun. Aktivitas tersebut akan membentuk interaksi.

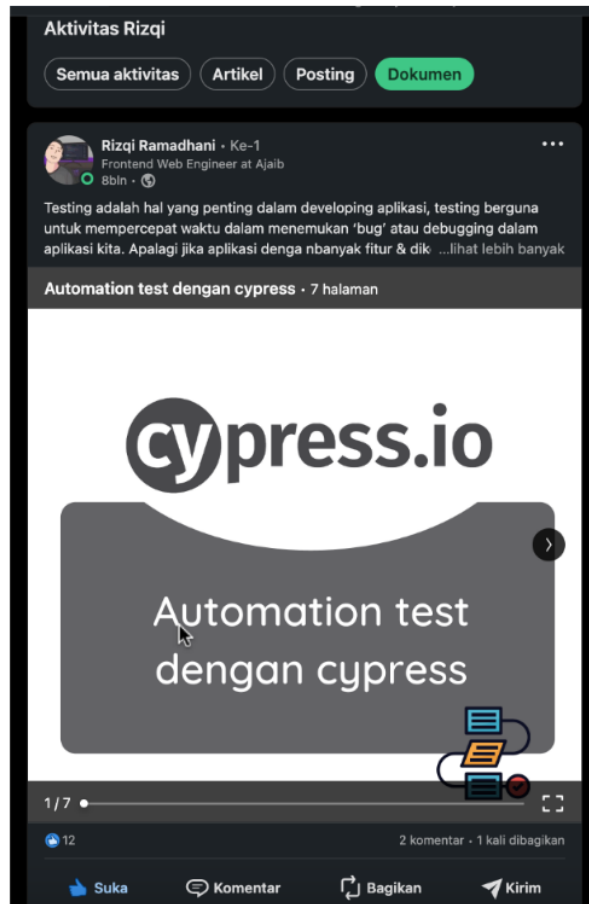
Konten postingan yang menarik juga dapat memberikan kesan suka seseorang. Dalam hal ini kreatifitas dan keahlian diperlukan bertujuan untuk menghasilkan konten yang menarik. Misalkan postingan dari Informan 2 Rizqi yang membagikan karyanya bernama Memory Match Game. Berhasil mendapatkan 66 Suka, 3 Komentar, dan bisa terus bertambah di kemudian hari.

Gambar 4.9. Posting Konten di akun LinkedIn Rizqi



Postingan lainnya yang dapat memberikan kesan suka adalah konten yang bermanfaat. Misalnya berbagi tips atau sample code yang dapat digunakan oleh pengguna yang melihatnya. Melalui konten rekruter dapat menilai kemampuan seseorang. Oleh karenanya dalam melakukan posting di LinkedIn baiknya disesuaikan dengan profesi yang dimiliki.

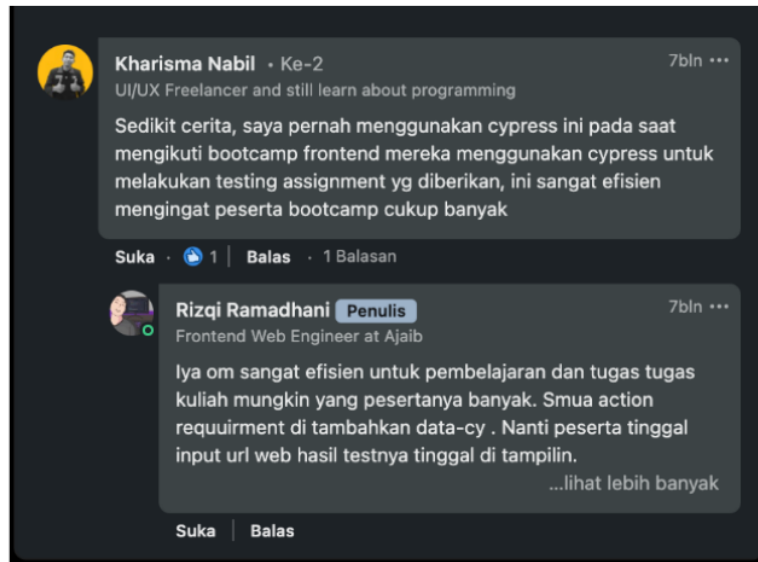
Gambar 4.10. Aktivitas di akun LinkedIn Rizqi



<https://www.linkedin.com/in/rizqi-ramadhani/recent-activity/documents/>

Postingan seseorang merupakan usaha untuk menjalin interaksi bagi sesama akun LinkedIn. Interaksi tersebut dalam bentuk suka dan komentar. Agar postingan dapat mendatangkan kesan suka bagi pengguna lain maka pastikan konten yang dibagikan menarik dan bermanfaat. Dari hasil observasi pada akun LinkedIn informan, sebuah postingan yang dikemas sebagai informasi berhasil mendapatkan respon orang lain berupa suka dan komentar. Sehingga terjadinya interaksi sesama pengguna LinkedIn.

Gambar 4.11. Komentar Aktivitas di akun LinkedIn Rizqi



Kesan Supplication dari pengalaman Rizqi selama menjadi Pekerja lepas adalah terkait dengan kontrak kerja. Kontrak kerja yang dimiliki pekerja lepas tentu berbeda dengan pekerja pada umumnya yang terikat dengan perusahaan. Di dalamnya berisi hanya tentang kewajiban yang harus dipenuhi sebagai pekerja dan kewajiban perusahaan yang harus dipenuhi. Misalnya ketentuan periode aktif bekerja dan nominal gaji yang diterima pekerja.

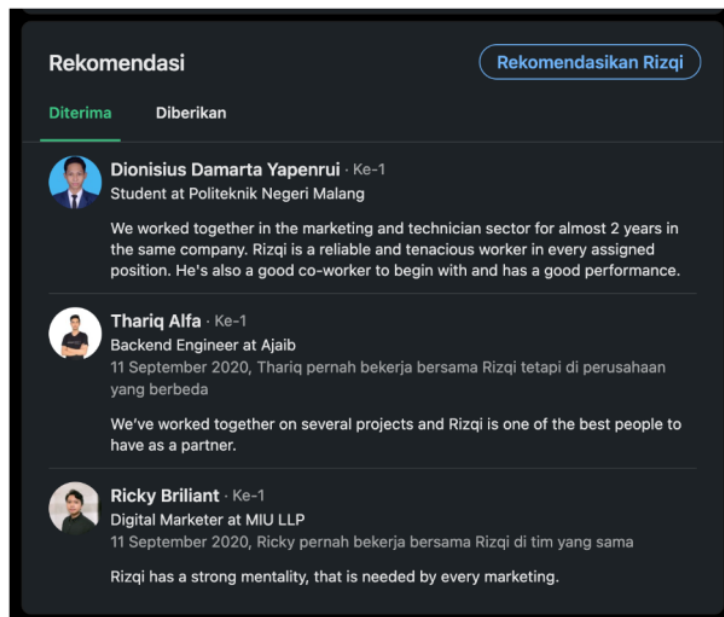
“kalau di sini sih kontrak pekerja lepasnya tiap 6 bulanan tapi tiap Project. Jadi tiap Project yang kita kerjakan apa, dihargai berapa, kita tiap orang yang mengerjakannya ketentuannya sendiri masing-masing Project seperti itu, Iya Jadi tergantung dari load project-nya, beban project-nya atau waktu yang diperlukan untuk mengerjakan Project tersebut, biasanya dari kontraknya disesuaikan”

Melalui kontrak kerja seseorang terikat kesepakatan dengan perusahaan selama menjadi pekerja lepas, namun keterikatan tersebut sebatas kesepakatan dan perjanjian dalam kontrak. Pekerja lepas tidak terikat dalam struktur organisasi perusahaan sebagai pekerja, serta aturan yang tidak diberlakukan di luar dari kontrak kerja. Kelemahan lainnya juga diungkapkan mengenai tidak mendapatkan tunjangan atau

jaminan kesehatan sebagai pekerja di perusahaan. Jaminan kesehatan yang diharapkan seperti BPJS atau asuransi. Namun informan juga menyadari bahwasannya masa kerja pekerja lepas juga terbatas. Sehingga bagi Rizqi kontrak kerja pekerja lepas merupakan sebuah kelemahan.

Rizqi membagikan tips dalam melakukan strategi intimidation, yaitu memanfaatkan fitur Rekomendasi yang disediakan pada profil LinkedIn. Rekomendasi merupakan pendapat seseorang yang tertuang dalam tulisan dan akan tampil pada profil akun LinkedIn. Tulisan tersebut biasanya berisi pujian sebagai bentuk saran bagi pengunjung akun.

Gambar 4.12. Rekomendasi di akun LinkedIn Rizqi



Misalkan rekomendasi yang dituliskan akun Dionisius Damarta Yapenrui di akun LinkedIn milik Rizqi Pratama Ramadhani yang tertulis sebagai berikut,

“We worked together in the marketing and technician sector for almost 2 years in the same company. Rizqi is a reliable and tenacious worker in every assigned position. He's also a good co-worker to begin with and has a good performance.”

Dionisius menceritakan pengalamannya bekerja selama 2 tahun bersama Rizqi ketika mereka bekerja dalam perusahaan yang sama. Rizqi dapat diandalkan dan pribadi yang ulet menurut Dionisius. Selain itu Rizqi merupakan teman kerja yang juga memiliki performa yang dimiliki baik. Fitur Rekomendasi ini bisa diberikan koneksi LinkedIn dengan memberikan penilaian, alasan, atau anjuran agar seseorang yang mengunjungi profil LinkedIn memiliki kepercayaan untuk menjalin kerja sama.

4.2.2. Pengalaman Ali Membangun Personal Branding

Pengalaman Ali sebagai pekerja lepas yang menjalankan sistem remote merasakan tidak ada kelemahan. Di PT Kisun Kreasi Digital menerapkan cara kerja remote secara online atau daring sehingga bisa dilakukan dimana saja tanpa perlu berkunjung kantor. Waktu operasional kerja juga tidak ditentukan. Sehingga fleksibilitas waktu dan tempat menjadi alasan utama menjadi pekerja lepas. Alasan tersebut diungkapkan karena pekerja lepas pada PT Kisun Kreasi Digital merupakan side job untuk mengisi waktu luang dan menambah pemasukan. Kelemahan yang dirasakan saat ini terkait waktu penerimaan gaji yang tidak terjadwal. Kendati informan Ali telah memiliki pekerjaan tetap dengan profesi yang sama, sebagai programmer di perusahaan lainnya. Sehingga Ali mengakui kelemahan ini tidak terlalu menjadi permasalahan.

Strategi pengelolaan kesan promosi diri Ali di LinkedIn kini berfokus pada profil yang dimilikinya. Menurutnya dengan memaksimalkan profil pada akun LinkedIn, pengunjung profil bisa menilai pengguna sesuai asumsi atau pendapatnya masing-masing. Dari observasi peneliti yang mengamati akun LinkedIn bernama M Ali Shodikin, terlihat bahwa akun tersebut hanya sesekali digunakan. Ali menceritakan bahwa penggunaan LinkedIn belum intensif, cukup melihat notifikasi, membalas pesan, dan update profil LinkedIn.

“sejauh ini belum seberapa, baru posting keahlian yang dimiliki dan sertifikat digital penunjang yang ada”

Selanjutnya untuk penerapan strategi mendapatkan kesan suka dari orang lain Ali beranggapan bahwa sering memposting di LinkedIn dan membagikan konten yang bermanfaat dapat meningkatkan kesan suka pengguna lainnya.

“posting keahlian, share sertifikat, share portfolio berupa repo git atau web portfolio, dan share kerjaan-kerjaan yang pernah dikerjakan”

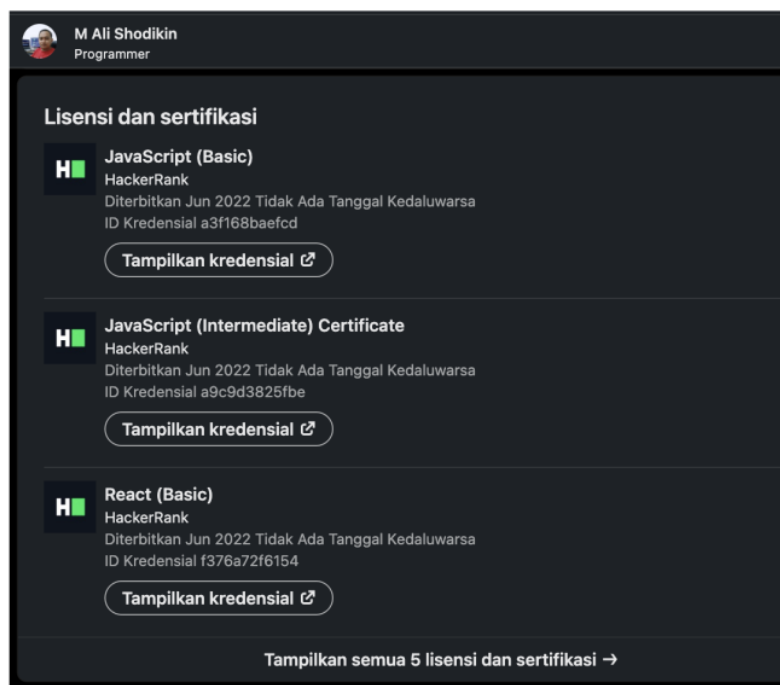
Adapun aktivitas yang bisa dilakukan di media sosial LinkedIn yang mendukung orang lain memberikan kesan suka adalah dengan membagikan konten. Dengan adanya konten pada postingan akan memberikan pesan yang dapat mendatangkan audiens, lalu audiens tersebut bisa menjadi koneksi, sehingga menambah jumlah koneksi di LinkedIn. Koneksi pada akun LinkedIn yang terjalin dengan baik akan memunculkan interaksi yang bisa diterapkan strategi pengelolaan suka atau Ingratitation dari pengguna tersebut. Untuk jenis konten yang diminati oleh Ali dijelaskan dengan kalimat berikut,

“biasanya hanya liat-liat info-info tips-tips yang dishare, yang relevan dengan koding”

Cara Ali dalam menunjukkan ke orang lain atau rekruter keahlian yang dimiliki adalah melalui fitur Lisensi dan Sertifikasi. Strategi ini termasuk Exemplification, dimana keahlian yang dimiliki dimanfaatkan untuk mendapatkan kesan kompeten dari orang lain. Menu Lisensi dan Sertifikasi tersebut berguna untuk menempatkan sertifikat yang dimiliki. Menurut Ali salah satu bukti resmi keahlian adalah dengan memiliki sertifikat. Untuk mendapatkan sertifikat bisa dilakukan dengan mengikuti lomba atau sertifikasi keahlian. Sertifikat tersebut dapat diakses secara online dari akun profil media sosial LinkedIn, untuk menunjukkan kepada rekruter keahlian yang dimiliki seseorang.

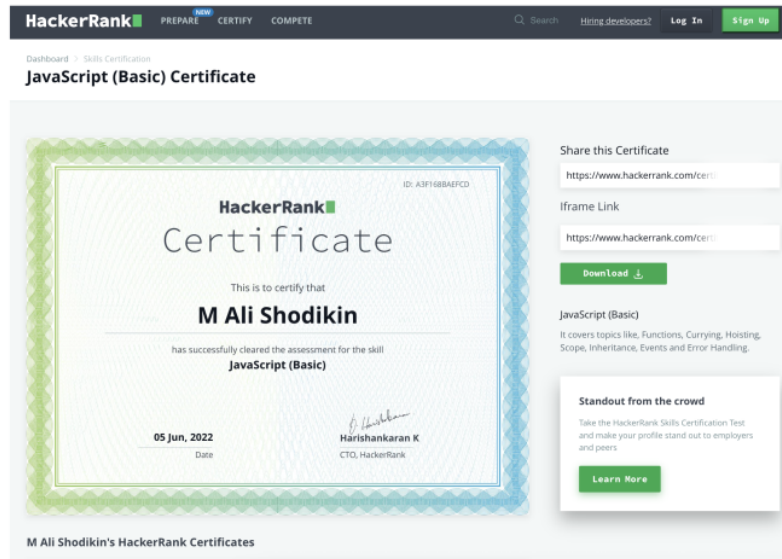
Seperti yang telah dilakukan oleh Ali yang mendapatkan Sertifikat Basic SQL oleh platform HackerRank. SQL merupakan salah satu bahasa pemrograman yang berkaitan dengan database. Bahasa pemrograman merupakan istilah yang digunakan oleh pembuat program dalam menerjemahkan instruksi pada komputer menjadi sebuah program yang dapat dipahami pengguna komputer. Sedangkan HackerRank sendiri merupakan platform untuk keterampilan keahlian yang berkaitan dengan teknologi. Dengan adanya sertifikasi tersebut maka rekruter dapat menilai bahwa pemilik akun LinkedIn memiliki kemampuan bahasa pemrograman SQL secara dasar.

Gambar 4.13. Lisensi dan Sertifikasi di akun LinkedIn Ali



Lisensi dan Sertifikasi akan menampilkan keahlian yang diujikan, penerbitan sertifikasi, dan lembaga penyelenggara lisensi atau sertifikasi. Sertifikat yang memiliki ID Kredensial biasanya dapat diakses secara online untuk pengunjung LinkedIn. Untuk menampilkannya silakan pilih Tampilkan Kredensial maka akan menampilkan lisensi atau sertifikat secara digital dari penyelenggara.

Gambar 4.14. Lisensi dan Sertifikasi di akun LinkedIn Ali



<https://www.hackerrank.com/certificates/a3f168baefcd>

Penggunaan media LinkedIn yang diterapkan Ali berfokus pada profil akun yang dimilikinya. Menurutnya kegiatan yang dilakukan di LinkedIn merupakan bentuk usaha seseorang dalam membangun Personal Branding. Tak terkecuali dengan Ali yang memanfaatkan fitur Pengalaman pada profil akun LinkedIn. Pengalaman kerja seseorang dapat menjadikan pertimbangan rekruter dalam mencari karyawan mempertimbangkan pengalaman. Riwayat pengalaman kerja seseorang terlihat dari akun LinkedIn. Riwayat tersebut menampilkan nama perusahaan, periode kerja, detail pekerjaan, dan keahlian yang digunakan selama bekerja. Sejauh pengalaman Ali, riwayat kerja perlu dituliskan secara detail. Tujuannya agar rekruter memiliki interpretasi pada pekerjaan yang akan ditugaskan selanjutnya.

Gambar 4.15. Pengalaman di akun LinkedIn Ali

in Cari

Halaman Utama Jaringan Saya Pekerjaan Pesan

M Ali Shodikin
Programmer

Pengalaman

Programmer
PT Lvior Jaya Sentosa · Kontrak
Des 2020 - Saat ini · 2 thn 1 bln
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
Keahlian: MySQL

Back End Developer
PT Kisun Kreasi Digital · Paruh Waktu
Okt 2021 - Saat ini · 1 thn 3 bln
Jakarta, Indonesia
- Work and and collaborate with team remotely.
- Design, develop and maintain backend of POS Software for F&B Stoi ...lihat lebih banyak
Keahlian: PostgreSQL · Sequelize.js · REST APIs · Database Design · Node.js · JavaScript

Programmer
Toko Komputer 007 · Purnawaktu
Okt 2016 - Nov 2020 · 4 thn 2 bln
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
Keahlian: MySQL

Web Programmer
PT Exsoft · Purnawaktu
Mar 2015 - Okt 2016 · 1 thn 8 bln
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
Keahlian: MySQL

IT Support Specialist
PT Tab Hotel Indonesia · Purnawaktu
Okt 2013 - Feb 2015 · 1 thn 5 bln
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

Tampilkan semua 6 pengalaman →

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dibahas tentang Makna Penggunaan Media Sosial LinkedIn Dalam Membangun Personal Branding Bagi Pekerja Lepas PT Kisun Kreasi Digital, maka diperoleh kesimpulan sebagai hasil dari penelitian.

Peneliti menemukan bahwa pekerja lepas di PT Kisun Kreasi Digital dalam memaknai penggunaan media sosial LinkedIn menggunakan lima strategi pengelolaan kesan, yaitu Supplication, Ingratiation, Exemplification, Intimidation, Self-Promotion. Dimana penerapan strategi tersebut dilakukan pada masing-masing profil akun LinkedIn untuk membangun personal branding. Sedangkan makna yang dirasakan oleh pekerja lepas selama menggunakan LinkedIn adalah sebagai media yang membantu pemilik akun untuk menunjukkan kemampuan yang berkaitan dengan profesi kerjanya yaitu IT Programmer. Dari pengalaman menggunakan media sosial LinkedIn, kemampuan yang ditampilkan pada media sosial LinkedIn mendapatkan kesan dari pengguna akun LinkedIn lainnya. Dan kesan tersebut membentuk personal branding untuk menjalin relasi, menunjukkan kredibilitas kerja, atau sekedar membagikan pengalaman kerja.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, adapun saran dari peneliti dalam membangun personal branding yaitu menerapkan pengalaman pengguna LinkedIn di penelitian ini pada akun LinkedIn. Penerapan tersebut tentunya diimbangi dengan niat, usaha, dan konsisten. Harapan kedepannya untuk penelitian ini menjadi acuan dan bisa dikembangkan lagi bagi penelitian sejenisnya.

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

etd.iain-padangsidimpuan.ac.id

Internet Source

<1 %

2

docplayer.info

Internet Source

<1 %

3

www.scribd.com

Internet Source

<1 %

4

repository.unwidha.ac.id

Internet Source

<1 %

5

repository.upi.edu

Internet Source

<1 %

6

Submitted to Universitas Singaperbangsa
Karawang

Student Paper

<1 %

7

fadhilabdillahpratama.blogspot.com

Internet Source

<1 %

8

Teguh Setiawan Imam Santoso, Denik
Iswardani Witarti. "Konvergensi dan
Perubahan Sosial: Interaksi Penonton Asian

<1 %

Games 2018 pada Kanal Digital Emtek Grup", Jurnal Penelitian Komunikasi, 2020

Publication

9	blog-definisi.blogspot.ca Internet Source	<1 %
10	markey.id Internet Source	<1 %
11	nasional.kompas.com Internet Source	<1 %
12	repository.usu.ac.id Internet Source	<1 %
13	core.ac.uk Internet Source	<1 %
14	lib.ui.ac.id Internet Source	<1 %
15	media.neliti.com Internet Source	<1 %
16	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
17	www.blogbiasa.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

