

ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PENCARI KERJA LINKEDIN: PERSPEKTIF LINTAS GENERASI

EKY DWI CAHYANI



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Pencari Kerja LinkedIn: Perspektif Lintas Generasi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Eky Dwi Cahyani
H24180088



ABSTRAK

EKY DWI CAHYANI. Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Pencari Kerja LinkedIn: Perspektif Lintas Generasi. Dibimbing oleh HARDIANA WIDYASTUTI.

Media sosial LinkedIn merupakan salah satu cara para pencari kerja mencari lowongan secara daring terutama bagi generasi usia produktif seperti Generasi Milenial dan Generasi Z. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi bentuk penggunaan dan menganalisis efektivitas penggunaan media sosial LinkedIn antargenerasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner dan data sekunder didapatkan dari data instansi atau lembaga dan berbagai literatur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi linier, uji-t, dan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa LinkedIn paling banyak digunakan untuk mencari pekerjaan oleh responden Generasi Milenial dan Generasi Z, dengan efektivitas penggunaan yang dinilai efektif oleh kedua generasi. Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa bentuk-bentuk penggunaan LinkedIn secara negatif dan signifikan memengaruhi efektivitasnya, yang menunjukkan bahwa penggunaan yang lebih sering atau bervariasi tidak selalu mengarah pada efektivitas yang lebih tinggi.

Kata kunci: efektivitas, LinkedIn, media sosial, penggunaan

ABSTRACT

EKY DWI CAHYANI. Analysis of the Uses of the Job-Seeking Social Media Platform LinkedIn: Across Generation Perspective. Supervised by HARDIANA WIDYASTUTI.

Social media LinkedIn is one of various ways for job seekers to search for vacancies online, especially among productive age generations such as Millennials and Generation Z. This study was conducted to identify the forms of use and analyze the effectiveness of using LinkedIn among these generations. The type of data used is primary data, collected through a questionnaire, and secondary data obtained from agency or institutional data and various literature sources. The method used in this study is a quantitative approach, employing linear regression analysis, t-tests, and descriptive statistics. The results of this study indicate that LinkedIn is the most widely used platform for job searching among Millennials and Generation Z respondents, with both generations considering its use effective. However, the study found that the forms of LinkedIn use negatively and significantly affect its effectiveness, suggesting that more frequent or varied use does not always lead to higher effectiveness.

Keywords: effectiveness, LinkedIn, social media, uses



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PENCARI KERJA LINKEDIN: PERSPEKTIF LINTAS GENERASI

EKY DWI CAHYANI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



(a) Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Farida Ratna Dewi, S.E., M.M., M.E.
- 2 Nurul Hidayati, S.E., M.Si.

Perpustakaan IPB University



Judul Skripsi : Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Pencari Kerja
LinkedIn: Perspektif Lintas Generasi

Nama : Eky Dwi Cahyani
NIM : H24180088

Disetujui oleh

Pembimbing:
Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Departemen:
Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.
NIP 197812132006041001



Tanggal Ujian:
11 Juni 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Pencari Kerja LinkedIn: Perspektif Lintas Generasi” ini berhasil diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

Penulis mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan tugas akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Ibu Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M. yang telah membimbing dan memberikan arahan dengan sabar kepada penulis selama penyusunan skripsi berlangsung.
- 2) Ibu Farida Ratna Dewi, S.E., M.M., M.E. dan Ibu Nurul Hidayati, S.E., M.Si. yang telah memberikan banyak masukan konstruktif sehingga dapat menyempurnakan skripsi ini.
- 3) Bapak Syawal Eko Suryanto dan Ibu Yekti selaku orang tua penulis serta Febriana Ramadhani, Fuad Alfariz, dan Anisa Kurnia Widiasih selaku kakak, ipar, dan adik penulis yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan baik materil maupun moril yang tidak ada habisnya untuk mendampingi dan menguatkan penulis.
- 4) Fany Octaviana, Muharamah Ansi Putri, Han Shela Tianawi, Sri Rahma Sari, Dewi Fatmawati, Nonik Sundari, Aisyah Nur Azizah, Indah Permata Sari Harahap, Fabianne Kahla Abdurachman, Irma Syafitri, dan Citra Marcella Nazira selaku teman sedepartemen yang selalu menemani, membantu, dan mendengarkan keluh kesah di tengah suka duka selama penulis menjalani kuliah hingga lulus.
- 5) Restu Marietha Laras, Muhammad Redzky Kemal, Tazkia Nuramalia Hasyim, dan Fannisa Firdaus selaku sahabat terbaik yang senantiasa membantu dan memberikan dukungan yang tiada hentinya kepada penulis.
- 6) Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam proses pengumpulan data untuk penelitian.

Semoga amal baik semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Eky Dwi Cahyani



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	8
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Media Sosial	9
2.2 Teori Generasi	9
2.3 Teori Penggunaan dan Kepuasan (<i>Uses and Gratifications</i>)	11
2.4 Penggunaan (<i>Uses</i>)	11
2.5 Efektivitas Penggunaan	12
2.6 Dinamika Penggunaan	12
2.7 LinkedIn	13
2.8 Penelitian Terdahulu	13
2.9 Hipotesis Penelitian	16
III METODE	18
3.1 Kerangka Pemikiran	18
3.2 Waktu dan Tempat	19
3.3 Jenis dan Sumber Data	19
3.4 Metode Pengumpulan Data	19
3.5 Metode Penarikan Sampel	22
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data	23
3.7 Variabel Operasional	25
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.2 Karakteristik Responden	27
4.3 Analisis Bentuk-Bentuk Penggunaan LinkedIn Antargenerasi	30
4.4 Analisis Efektivitas Penggunaan LinkedIn Antargenerasi	32
4.5 Analisis Statistik Deskriptif	36
4.6 Analisis Regresi Linier	37
4.7 Dinamika Bentuk-Bentuk dan Efektivitas Penggunaan LinkedIn Antargenerasi	38
4.8 Implikasi Manajerial	39
V SIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Simpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45

DAFTAR TABEL

1	Tingkat pengangguran terbuka (TPT) berdasarkan usia di tahun 2024	2
2	Kelompok generasi menurut Dimock (2019)	10
3	Penelitian terdahulu	14
4	Skor skala Likert	19
5	Hasil uji validitas	20
6	Deskripsi tingkat reliabilitas metode Cronbach's Alpha	21
7	Hasil uji reliabilitas	22
8	Variabel operasional	25
9	Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	28
10	Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan	28
11	Deskripsi responden berdasarkan status pekerjaan	28
12	Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan dan status pekerjaan	29
13	Deskripsi responden berdasarkan generasi	29
14	Deskripsi responden berdasarkan generasi dan status pekerjaan	30
15	Bentuk-bentuk penggunaan LinkedIn menurut responden	30
16	Bentuk-bentuk penggunaan LinkedIn menurut responden pada pernyataan kuesioner	31
17	Tingkat efektivitas penggunaan LinkedIn menurut responden pada pernyataan kuesioner	32
18	Deskripsi persentase tingkat efektivitas penggunaan LinkedIn	34
19	Persentase tingkat efektivitas penggunaan LinkedIn menurut responden pada indikator pernyataan kuesioner	34
20	Persentase tingkat efektivitas penggunaan LinkedIn menurut responden pada pernyataan kuesioner	35
21	Hasil analisis statistik deskriptif	36
22	Hasil uji analisis regresi linier antarvariabel	37
23	Hasil uji-t Welch masing-masing variabel antargenerasi	38

DAFTAR GAMBAR

24	Persentase pengangguran negara-negara di Asia Tenggara	1
25	Persentase pengangguran pada penduduk berusia 15 tahun ke atas yang termasuk angkatan kerja tahun 2020—2024	1
26	Alasan utama Generasi Milenial dan Generasi Z berhenti dari pekerjaan lama	3
27	Alasan utama Generasi Milenial dan Generasi Z memilih pekerjaan baru	4
28	Hipotesis H ₁	17



29	Kerangka pemikiran	18
30	Siklus hidup produk pada LinkedIn	40

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	51
2	Hasil uji validitas	56
3	Hasil uji reliabilitas	57