

ABSTRAK

PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DAN MODAL SOSIAL TERHADAP KESIAPAN KERJA

Studi Penggunaan LinkedIn Pada Alumni Universitas Lampung

Oleh

Dinda Hernanda

Dunia kerja saat ini mengharapkan sumber daya manusia yang kompeten, fleksibel, dan siap menghadapi perubahan. Salah satu pencetak sumber daya manusia yang siap dalam dunia kerja ialah Perguruan Tinggi. Terdapat faktor yang dapat memengaruhi kesiapan kerja yaitu *personal branding* dan modal sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal branding* dan modal sosial terhadap kesiapan kerja dengan memanfaatkan LinkedIn sebagai media sosial. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 165 alumni Universitas Lampung yang aktif menggunakan LinkedIn dengan menggunakan skala likert. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda dengan bantuan alat menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang telah diajukan yaitu *personal branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja, serta modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja. Saran dari penelitian ini adalah alumni Universitas Lampung yang aktif menggunakan LinkedIn dapat mengembangkan citra profesional menjadi lebih baik dengan memperluas jaringan profesional atau koneksi di LinkedIn, selain itu alumni juga perlu memperdalam keterampilan kerja terkait keterampilan manajemen proyek termasuk anggaran, waktu, dan kualitas guna meningkatkan daya saing di pasar kerja. Para alumni juga perlu meningkatkan kerja sama tim dengan meningkatkan kemampuan mengidentifikasi, merumuskan, dan menganalisis masalah secara efektif. Mahasiswa juga diharapkan dapat mulai investasi waktu dalam *personal branding* dan modal sosial memberikan keunggulan saat memasuki pasar kerja.

Kata Kunci: *Personal Branding*, Modal Sosial, Kesiapan Kerja

ABSTRACT

“THE INFLUENCE OF PERSONAL BRANDING AND SOCIAL CAPITAL “ON WORK READINESS”

Study of LinkedIn Usage Among Alumni of Lampung University

By

Dinda Hernanda

Today's work world expects competent, flexible, and change-ready human resources. One of the producers of human resources who are ready for the world of work is Higher Education. There are factors that can influence work readiness, namely personal branding and social capital. This study aims to determine the effect of personal branding and social capital on work readiness by utilizing LinkedIn as social media. This study uses quantitative methodology with data collection through questionnaires distributed to 165 alumni of the University of Lampung who actively use LinkedIn using a Likert scale. The sampling method uses purposive sampling technique. Data analysis used is multiple linear analysis with the help of tools using SPSS 26. The results of this study support the hypothesis that has been proposed, namely personal branding has a positive and significant effect on work readiness, and social capital has a positive and significant effect on work readiness. The suggestion from this study is that alumni of the University of Lampung who actively use LinkedIn can develop a better professional image, by expanding their professional network or connections on LinkedIn. In addition, alumni also need to deepen their work skills related to project management skills including budget, time, and quality in order to increase competitiveness in the job market. Alumni also need to improve teamwork by improving their ability to identify, formulate, and analyze problems effectively. Students are also expected to start investing time in personal branding and social capital to provide an advantage when entering the job market.

Keywords: *Personal Branding, Social Capital, Work Readiness*