

Peran Media Sosial dalam Pengembangan Karir

Aalhafis Aden Triguna¹, Alvin Febrian², Fadhil Waldana³, Ferdiyansyah
Surbakti⁴, M. Zidan Damanik⁵, Supiyandi⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Pembangunan Panca Budi

e-mail : alhafizadentriguna@gmail.com¹, alvinfebrian00@gmail.com²,
fadilwaldana12@gmail.com³, Surbaktiferdi1@gmail.com⁴,
zidandamanik80@gmail.com⁵, supiyandi.mkom@gmail.com⁶

Abstrak

Media sosial kini telah menjadi wadah baru untuk menghidupkan branding diri yang sangat bermanfaat di era digital ini. Sebab media sosial hadir dalam ruang perkembangan diri seseorang dimana nantinya sosial media untuk pekerjaan seseorang dengan pelatihan yang ada guna meraih tujuannya. Penelitian ini akan mengupas terkait pemanfaatan media sosial dalam pengembangan karir seperti peluang kerja dan pembelajarannya. Metode yang dipakai tentu dengan penelitian kualitatif mengandalkan analisis sosial media berdasarkan faktanya, literatur buku, jurnal terdahulu dan juga penggunaan internet terkait tema yang diangkat. Pemanfaatan sosial media harus dapat dirasakan keuntungannya apalagi dari segi pekerjaan yang telah terjun ke dunia digital. Penelitian ini diharapkan mampu membuka wawasan sebagai literatur untuk melihat seberapa besar peran sosial media dalam pengembangan karir.

Kata Kunci: *Karir, Digital, Peluang*

Abstract

Social media has now become a new place to revive self-branding which is very useful in this digital era. Because social media is present in a person's personal development space, where later social media will be used for someone's work with existing training to achieve their goals. This research will examine the use of social media in career development such as work and learning opportunities. The method used is of course qualitative research, relying on social media analysis based on facts, book literature, previous journals and also internet use related to the themes raised. The benefits of using social media must be felt, especially in terms of jobs that have entered the digital world. It is hoped that this research will be able to open up insights as literature to see how big a role social media plays in career development.

Keywords: *Career, Digital, Opportunities*

PENDAHULUAN

Media sosial telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir, berubah dari sekadar platform untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga menjadi alat yang sangat berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia profesional. Di era digital saat ini, media sosial memainkan peran yang signifikan dalam pengembangan karir, menawarkan berbagai peluang dan tantangan bagi para profesional di berbagai bidang. Dengan popularitas platform seperti LinkedIn, Twitter, dan Instagram, media sosial telah membuka jalan baru bagi individu untuk mempromosikan diri, membangun jaringan, dan menemukan peluang kerja yang mungkin tidak tersedia melalui saluran tradisional.

Salah satu aspek utama dari peran media sosial dalam pengembangan karir adalah kemampuannya untuk memperluas jaringan profesional. Melalui media sosial, individu dapat

terhubung dengan rekan kerja, mentor, dan profesional lainnya di industri mereka, tanpa batasan geografis. Jaringan ini tidak hanya memberikan dukungan, tetapi juga membuka pintu untuk kolaborasi dan peluang kerja yang mungkin tidak ditemukan melalui metode konvensional.

Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan individu dengan komunitas profesional yang lebih luas. Selain itu, media sosial juga memainkan peran penting dalam personal branding, yaitu proses membangun dan memelihara citra profesional seseorang. Melalui profil yang terawat dan konten yang konsisten, individu dapat menunjukkan keahlian, pencapaian, dan nilai-nilai mereka kepada audiens yang lebih luas. Ini tidak hanya membantu dalam membangun reputasi profesional tetapi juga meningkatkan visibilitas di mata perekrut dan pengusaha potensial.

Dengan strategi yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang kuat untuk mempromosikan diri dan membedakan diri dari pesaing. Namun, penting untuk diingat bahwa penggunaan media sosial dalam pengembangan karir juga datang dengan tantangan dan tanggung jawab. Konten yang dibagikan di media sosial dapat berdampak signifikan pada citra profesional seseorang, sehingga diperlukan kehati-hatian dalam setiap interaksi dan unggahan.

Selain itu, ada masalah privasi dan keamanan data yang perlu dipertimbangkan, karena informasi yang tersebar di media sosial dapat dengan mudah diakses oleh banyak orang. Oleh karena itu, individu perlu mengembangkan kesadaran dan etika dalam menggunakan media sosial untuk kepentingan karir mereka. Pada akhirnya, media sosial telah mengubah cara individu mengelola dan mengembangkan karir mereka. Dengan berbagai fungsi dan manfaat yang ditawarkannya, media sosial memberikan alat yang berharga bagi profesional untuk tumbuh dan berkembang di dunia kerja yang semakin kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif dalam pengembangan karir, serta tantangan dan peluang yang menyertainya. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika ini, diharapkan individu dapat memaksimalkan potensi media sosial untuk mencapai tujuan karir mereka.

METODE

Dalam penelitian ini, metode penelitian kualitatif digunakan untuk menyelidiki pengalaman subjektif individu yang menggunakan media sosial untuk mengembangkan karir mereka. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menangkap informasi kualitatif dan interaksi kompleks di media sosial yang mungkin tidak dapat diukur. Pendekatan ini juga memudahkan peneliti untuk memahami konteks dan makna yang diberikan setiap individu terhadap penggunaan media sosialnya. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu responden diambil berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Media Sosial untuk Networking

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari di era digital ini. Bukan hanya sebagai sarana untuk berbagi momen pribadi dan mengikuti berita terkini, media sosial juga memiliki potensi besar dalam pengembangan jaringan profesional atau yang sering disebut sebagai networking. Melalui media sosial, individu dan perusahaan dapat membangun koneksi yang berharga, memperluas jangkauan mereka, dan meningkatkan peluang karir serta bisnis.

Salah satu platform media sosial yang paling efektif untuk networking profesional adalah LinkedIn. LinkedIn memberikan ruang bagi para profesional untuk menunjukkan profil mereka, mencantumkan pengalaman kerja, keterampilan, serta rekomendasi dari rekan kerja. Melalui LinkedIn, seseorang dapat terhubung dengan profesional lain dalam industri yang sama, mencari peluang kerja, dan bahkan berpartisipasi dalam diskusi-diskusi yang

relevan dengan bidang mereka. Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini secara maksimal, pengguna dapat membangun dan memelihara hubungan yang bermanfaat bagi perkembangan karier mereka.

Selain LinkedIn, platform lain seperti Twitter, Instagram, dan Facebook juga menawarkan peluang networking yang signifikan. Twitter, misalnya, memungkinkan pengguna untuk mengikuti tokoh-tokoh berpengaruh dan terlibat dalam percakapan melalui hashtag tertentu. Instagram, dengan fokus pada konten visual, memberikan kesempatan bagi profesional kreatif seperti desainer, fotografer, dan seniman untuk memamerkan karya mereka dan menarik perhatian potensial klien atau kolaborator. Facebook, meskipun lebih dikenal sebagai platform sosial, memiliki berbagai grup dan halaman yang didedikasikan untuk industri atau minat tertentu, di mana anggota dapat berbagi informasi, mencari nasihat, dan membangun koneksi.

Branding Diri Di Media Sosial

Branding diri di media sosial adalah proses strategis untuk membangun dan memelihara citra profesional yang konsisten dan menarik di berbagai platform digital. Dalam era digital ini, kehadiran di media sosial bukan hanya sekadar eksistensi, tetapi juga alat penting untuk menunjukkan keahlian, nilai, dan kepribadian kepada audiens yang lebih luas. Branding diri yang efektif dapat membantu individu menonjol di tengah kerumunan, menarik perhatian perekrut, dan membuka peluang karir yang lebih luas.

Proses branding diri dimulai dengan memahami dan menentukan identitas profesional yang ingin ditampilkan. Ini melibatkan refleksi diri tentang kekuatan, minat, nilai-nilai, dan tujuan karir. Setelah identitas ini ditentukan, langkah berikutnya adalah menyusun strategi konten yang mencerminkan identitas tersebut. Konten yang dibagikan harus relevan dengan bidang pekerjaan, menunjukkan keahlian dan pengetahuan, serta mencerminkan nilai-nilai pribadi. Misalnya, seorang profesional di bidang teknologi mungkin membagikan artikel tentang tren terbaru dalam teknologi, proyek-proyek yang telah dikerjakan, atau pandangan pribadi tentang perkembangan industri.

Penting juga untuk menjaga konsistensi di semua platform media sosial. Konsistensi ini mencakup visual (seperti foto profil dan desain halaman), gaya komunikasi, serta pesan yang disampaikan. Konsistensi membantu membangun kepercayaan dan mengenali merek pribadi di berbagai saluran. Selain itu, interaksi dengan audiens juga merupakan bagian penting dari branding diri. Menanggapi komentar, berpartisipasi dalam diskusi, dan menunjukkan apresiasi terhadap dukungan dapat memperkuat hubungan dengan pengikut dan memperluas jaringan profesional.

Namun, branding diri di media sosial bukan hanya tentang mempromosikan diri, tetapi juga tentang memberikan nilai tambah kepada audiens. Berbagi wawasan yang berguna, sumber daya, dan inspirasi dapat membangun reputasi sebagai pemimpin pemikiran di bidang tertentu. Hal ini tidak hanya meningkatkan citra profesional tetapi juga menarik lebih banyak pengikut yang relevan. Jadi, penting untuk selalu berfokus pada audiens dan memahami apa yang mereka cari atau butuhkan dari konten yang dibagikan.

Di sisi lain, menjaga etika dan profesionalisme sangat penting dalam branding diri di media sosial. Konten yang tidak pantas atau kontroversial dapat merusak reputasi dan menimbulkan konsekuensi negatif bagi karir. Oleh karena itu, penting untuk berhati-hati dalam memilih apa yang akan dibagikan dan bagaimana berinteraksi dengan orang lain di platform ini. Keaslian juga merupakan kunci; audiens cenderung lebih menghargai kepribadian yang autentik dan jujur daripada citra yang dibuat-buat.

Secara keseluruhan, branding diri di media sosial adalah investasi jangka panjang yang memerlukan strategi, konsistensi, dan komitmen. Dengan pendekatan yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun dan memelihara citra profesional yang kuat, membuka berbagai peluang karir, dan membangun jaringan yang bermanfaat di dunia kerja yang semakin kompetitif.

Peluang Kerja di Media Sosial

Kemungkinan untuk berkerja di media sosial sangat tinggi karena perkembangan era digital yang kian membludak penggunaannya bahkan di seluruh dunia. Hal ini jelas menyebabkan adanya peluang kerja yang dapat ditemukan di industri media sosial. Dasar pekerjaan di era digital adalah memaksimalkan penggunaan teknologi seperti gadget yang didalamnya tersedia banyak sosial media. Dari data yang ditemukan dalam penelitian ini mengungkapkan beberapa peluang kerja yang dimaksud adalah:

1. **Bisnis digital.**

Bagi pelaku usaha yang menjalankan sebuah pekerjaan, memanfaatkan media digital adalah salah satunya cara untuk meningkatkan inovasinya. Penggunaan layanan yang erat dengan web ataupun aplikasi kini menjadi ranah transformasi berbagai detail usaha. *E-commerce* salah satu layanan belanja online yang meningkatkan kepuasan konsumen yang hanya duduk dirumah dan didatangkan barang pesannya seperti Shopee, Lazada, BliBli, Tokopedia, Bukalapak, dan layanan lainnya. Transformasi ini bagian dari peluang besar untuk bekerja karena banyak sekali aspek penting lainnya yang menghubungkan dengan pekerjaan lain dan tidak sekedar oleh pelaku usaha saja. Sosial media juga menjadi wadah untuk pelaku usaha yang ingin menjual produknya.

2. **Content Creator**

Peluang usaha sebagai konten kreator ialah pekerjaan yang menarik kekreatifitasan individu dalam bentuk gambar yang disertai tulisan atau lebih seringnya dengan menggunakan video sehingga memiliki nilai ketertarikan bagi targetnya. Dari konten yang dibuat maka mereka akan mendapatkan komisinya. Pekerjaan ini berhubungan erat dengan bisnis digital diatas maka konten kreator adalah alat yang tepat guna mempromosikan produk yang dipasarkan melalui platform digital.

3. **Content Writer**

Profesi ini juga menjadi peluang bagi mereka yang suka menulis dan sangat kental dengan jenjang karier yang menjanjikan. Ini juga berkaitan dengan kekreatifitasan ide dalam tulisan yang diupload secara online. Pembahasan yang dimuat juga beragam mulai dari traveling, makanan, hiburan, dan lain-lain. Pekerjaan ini sangat dibutuhkan untuk berfokus pada konten penulisan seperti blog dan sejenisnya.

4. **Sosial Media Spesialis**

Profesi ini lebih merujuk kepada bidang digital marketing yakni seseorang yang bertanggung jawab dalam menghasilkan strategi pemasaran di media sosial dan membangun citra suatu brand ataupun perusahaan.

5. **Influencer**

Influencer menjadi peluang kerja yang sudah biasa terdengar karena sering beredar dilaman sosial media. Tugas influencer sendiri sebagai seseorang yang mengangkat personal branding agar terkenal di mata publik, berusaha ikut dengan tren yang berkembang dan mengaktifkan followersnya untuk tertarik berinteraksi dan membangun konten menarik juga. Penampilan dan keunikan menjadi karakter tersendiri sebagai brand diri yang mudah dikenal oleh audiens.

Pengembangan karir di media sosial

Menurut Syahputra (2020) pengembangan karir diartikan sebagai peningkatan-peningkatan pribadi yang dilakukan seseorang untuk mencapai suatu rencana karir. Karir merujuk pada sebuah profesi bagi setiap orang yang bekerja pada suatu perusahaan atau individu. Sebuah harapan yang ditampilkan dalam pengembangan karir untuk kedudukan yang lebih apik daripada posisi sebelumnya dan meningkatkan prestasi individu. Pengembangan karir tidak hanya berfokus melihat bahwa media sosial dapat menjadi sebuah wadah tetapi harus dibarengi dengan perencanaan dan strateginya sendiri. Dalam penelitian ini pengembangan karir didukung oleh faktor dukungan seperti motivasi kerja, pengawasan, dan peluang. Selain itu juga dari karakter individu yang dilokasikan kepada kompetensi, minat serta kemampuan.

Media sosial dapat membangun personal branding yang berguna dalam memudahkan berinteraksi dengan orang terkait, memudahkan mencari pekerjaan dan mendirikan reputasi online. Saat ini banyak orang berusaha membangun reputasi di sosial media agar lebih terkenal karena dengan sosial media mampu mendatangkan perspektif orang tentang individu.

Dalam penelitian ini akan membahas salah satu sosial media yang benar berfokus pada pengembangan karir yakni LinkedIn. Media sosial ini memudahkan dalam menemukan peluang kerja, dan menghubungkan dengan orang yang profesional sehingga pembahasan ataupun konten yang ada didalamnya sama sekali tidak menawarkan hiburan melainkan informasi beragam yang dapat digunakan sebagai pembelajaran dan pengembangan karir. Sosial media ini mampu membangun branding kita. Dalam tulisan ini pengembangan karir lebih dasar terhadap membangun konsep dasar kepada pengenalan diri individu. Untuk itu akan lebih jelas pada poin dibawah ini:

1. Personal Branding

Personal branding menjadi sebagai dasar seseorang dalam pengembangan karir, sejatinya individu harus menemukan keunikan dirinya, mengeksploitasi kelebihan dan bakat yang dipunya, menentukan kebiasaan baik yang harus dimiliki dalam dunia kerja, dan memberikan tujuan spesifik yang ingin diraihinya dalam kurun waktu tertentu. Sosial media lagi-lagi menjadi wadah yang tepat seperti LinkedIn yang telah dibahas sehingga menonjolkan performa yang dimiliki suatu individu.

2. Mengembangkan Cerita Individu

Individu harus membuktikan dan menampilkan keterampilan serta minat yang dimilikinya. Penyampaian keterampilan ini dapat berupa lisan atau visual dan memanfaatkan media sosial untuk mengunggah bakat individu. Media sosial dapat memperluas jaringan dan mengkoneksikannya dengan orang profesional. Gunakan profil yang mudah dikenali dan sama pada sosial media serta letakkan bio yang konsisten terkait karir yang ingin anda kembangkan dan pastinya tetap memoles personal branding anda seperti di sosial media LinkedIn.

3. Kembangkan diri dalam pelatihan dan Belajar seumur hidup

Individu harus menanamkan motivasi dalam diri untuk tetap belajar, mencari lebih dalam keahliannya dan apa yang bisa ia lakukan. Sosial media biasanya banyak menawarkan pelatihan khusus terkait bidang tertentu untuk mengasah soft skill yang dimiliki. Menggunakan indra seutuhnya untuk mengubah pola pikir sebagai kemampuan dasar sehingga lahir perubahan dalam diri dan memperbaiki keterampilan portofolio.

Langkah-langkah diatas merangkum penggunaan sosial media dalam mempertajam brand diri sendiri untuk pengembangan karir yang ingin dicapai.

SIMPULAN

Media sosial telah menjadi alat penting dalam pengembangan karir, berperan sebagai platform untuk membangun jaringan profesional, mempromosikan keahlian, dan mencari peluang kerja. Melalui platform seperti LinkedIn, individu dapat memamerkan portofolio mereka, mengikuti tren industri, dan terhubung dengan rekan-rekan serta pemimpin industri. Selain itu, media sosial memungkinkan individu untuk membangun merek pribadi yang kuat, yang penting untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing di pasar kerja.

Di sisi lain, media sosial juga memberikan akses ke berbagai sumber daya pembelajaran dan pengembangan profesional. Konten yang dibagikan oleh para ahli dan organisasi dapat membantu individu tetap up-to-date dengan keterampilan dan pengetahuan terbaru. Diskusi dalam grup dan forum online juga memungkinkan berbagi informasi dan pengalaman, yang berkontribusi pada pengembangan pengetahuan kolektif. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mencari pekerjaan, tetapi juga sebagai ekosistem yang mendukung pengembangan karir secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Pratiwi, I., Sari, N. I., Ulya, H. W., Maulida, S., & Dwi, A. (2024). Pelatihan Peluang Usaha Sebagai Konten Kreator. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(2), 171-176.
- Nur Cahyadi et al, 2022 *BISNIS DIGITAL : Sebuah Peluang di Era Digital Jawab Barat: Adab*.
- Andriani, Y. (2022, May). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengembangan Karir. *In Seminar Nasional Psikologi dan Ilmu Humaniora (SENAPIH)* (Vol. 1, No. 1, pp. 44-48).
- Nurohman, D. A. (2021). *KONTEN KREATOR: Cara Kreatif Menghasilkan Uang dengan Menjadi Blogger, Youtuber atau Tiktok*. Indonesia 8.
- Windyaningrum, R. Keterampilan Content Writer Sebagai Penunjang Profesi Hubungan Masyarakat di Era Cyber. Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi.
- Ananda, R. A. (2020). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Tentang Iklan Produk Di Media Sosial Yang Tidak Sesuai Kriteria Oleh Pelaku Usaha* (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Franzia, E. (2018, March). Personal Branding melalui media sosial. *In Prosiding Seminar Nasional Pakar* (pp. 15-20).
- Rugova, B., & Prenaj, B. (2017). Media sosial sebagai alat pemasaran: Peluang dan tantangan. *Jurnal Pemasaran India*, 47(3), 16–28
- Nani, DA, Ahluwalia, L., & Novita, D. (2021). Pengenalan Literasi Keuangan Dan Personal Branding Di Era Digital Bagi Generasi Z di Smk Pgri 1 Kedondong. *Jurnal Ilmu Sosial dan Teknologi untuk Pengabdian Masyarakat (JSSTCS)*, 2(2), 43.
- Minor-Coolley, D., & Parks-Yancy, R. (2020). Kekuatan Merek: Personal Branding dan Dampaknya pada Atribut Pencarian Kerja. *Jurnal Perdagangan Internet*, 19(3), 241–261
- Lina, LF, & Permatasari, B. (2020). Kemampuan Media Sosial dalam Adopsi Media Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2)
- Sarah Salsabila, Dkk (2022). Personal Branding Dan Pemanfaatan Sosial Media Untuk Pengembangan Karir Pada Generasi Z Di Lampung Selatan. *Journal Community Empowerment*. Vol 2
- Juwito, J, Achmad, ZA, Kaestingtyas, I., Dewani, PK, Wahyuningtyas, D., Kusuma, RM, Febrianita, R. (2022). Keterampilan berbicara di depan umum dan personal branding bagi pengelola organisasi kemahasiswaan di SMA Dharma Wanita Surabaya. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 9–17.