

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI APLIKASI ONLINE *LINKEDLN* SEBAGAI MEDIA INFORMASI LOWONGAN KERJA BAGI ALUMNI UNIVERSITAS RIAU

Oleh : Elida Warni Siregar

Pembimbing : Dr. Anuar Rasyid, S.Sos, M.Si

Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

LinkedIn is an American business and employment-oriented online service that operates via websites and mobile apps. It is mainly used for professional networking, including employers posting their CVs. One of the users who use LinkedIn app are alumnus of Universitas Riau as a source of job. The theory used in this research is new media theory. This study aims to measure the effectiveness level of the LinkedIn application communication as an online information medium for Riau University alumni.

This research is quantitative research, with descriptive approach. The technique of collecting data in this study is using questionnaire to 100 alumnus of Riau University that are determined through random sampling techniques. The data analysis method in this research using descriptive statistical techniques measuring the mean value of each indicator using a formula and with the help of SPSS version 24.

The results showed that the LinkedIn application was effective as a medium of information for alumni. This is evidenced by the results of the data collected and measured in six indicators, the measurement of the message recipient indicator obtained a score of 2.73 which is included in the effective scale range, then the results of the measurement of the message content indicator obtained an average score of 2.93 which is also included in the range. effective scale. The results of the measurement of media indicators are in the number 3.02 which is also included in the effective scale range, the format indicator is also in the effective scale range because it obtains an average score of 2.88. The message source indicator gets the final result with an average score of 2.92 which is included in the effective scale range, and the measurement of the timeliness indicator is also in the effective scale range with an average score of 2.71. The average value of the indicator is 2.88 which is included in the effective scale range.

Keywords: *Communication Efectivity, Information, LinkedIn*

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat cepat seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern dan canggih. Perkembangan teknologi yang semakin cecepat juga kian mempengaruhi apa yang terjadi dalam lingkungan sehari-sehari. Pada saat sekarang ini untuk mengetahui informasi lowongan pekerjaan tidak hanya melalui tatap muka langsung tetapi bisa juga melalui aplikasi online *LinkedIn*. Sekarang mulai berkembang media internet (online) dimana para penggunaannya dapat dengan mudah untuk mengetahui informasi tersebut. Media online juga merupakan tempat dimana para pengguna bisa berinteraksi dan mendapatkan informasi dengan yang lain tanpa hambatan. Banyak juga media online yang dapat digunakan oleh seseorang untuk mengetahui informasi tentang lowongan pekerjaan lainnya dengan kebutuhannya.

Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyetakan seberapa jauh target yang dicapai oleh sebuah manajemen yang menggunakan sarana dan prasarana agar tercapai tujuan yang diinginkan tepat pada waktunya. Menurut Hardjana (2000:23) dalam bukunya komunikasi dapat dikatakan efektif apabila mencakup penerima atau pemakai pesan (*receiver or user*), isi pesan (*content*), saluran (*media*), format (*format*), sumber pesan (*source*), ketepatan waktu (*timing*).

Komunikasi merupakan suatu proses yang penting dalam menjalani kehidupan. Komunikasi menurut Gordon (dalam Mulyana, 2015 : 76)

mendefinisikan sebagai sebuah transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan. Komunikasi merupakan salah satu cara membuka pikiran untuk melangkah ke dalam dunia yang lebih maju yang kaya akan informasi. Komunikasi sejatinya memiliki tujuan tersendiri dalam menyampaikan informasi. Informasi menjadi kebutuhan yang sangat potensial untuk berbagai tujuan, dengan adanya informasi masyarakat dapat mengikuti peristiwa-peristiwa yang terjadi disekitar atau diseluruh dunia sehingga wawasan masyarakat bertambah dalam memperluas opini dan pandangan serta meningkatkan kedudukan perannya dalam kehidupan bermasyarakat, bangsa, dan bernegara.

Pengukuran efektivitas komunikasi memiliki urgensi dalam mengevaluasi sejauh mana komunikasi tersebut dapat mencapai tujuan yang direncanakan. Komunikasi dikatakan efektif apabila terdapat aliran informasi dua arah antara komunikator dan komunikan, dan informasi tersebut sama-sama direspon sesuai dengan harapan kedua pelaku komunikasi tersebut.

LinkedIn didirikan bersama oleh **Reid Hoffman**, mantan Wakil Presiden Eksekutif yang bertanggung jawab atas pengembangan bisnis dan perusahaan untuk PayPal. Situs, yang diluncurkan pada Mei 2003, saat ini memiliki lebih dari 300 juta anggota dari 200 negara, mewakili 170 industri. Menurut Reid Hoffman, 27 persen pelanggan *LinkedIn* adalah perekrut.

Salah satu kegunaan dari berbagai kegunaan aplikasi online yang akan

peneliti bahas yaitu aplikasi online sebagai media informasi. Jika dulu media informasi hanya sebatas pada cetak dan elektronik, sekarang media informasi sudah merambah dunia internet. Dari uraian di atas peneliti tertarik mengambil

judul yaitu “Efektivitas Komunikasi Aplikasi Online *LinkedIn* Sebagai Media Informasi Lowongan Kerja Bagi Alumni Universitas Riau”.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Seberapa besar tingkat efektivitas komunikasi aplikasi online *LinkedIn* sebagai media informasi lowongan kerja bagi alumni Universitas Riau?”

TUJUAN MASALAH

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui seberapa besar tingkat keefektifan Komunikasi aplikasi online *LinkedIn* sebagai media informasi lowongan kerja bagi alumni Universitas Riau.”

MANFAAT PENELITIAN

a. Manfaat akademis

Sebagai bahan masukan ataupun acuan bagi mahasiswa yang ingin mengetahui efektivitas aplikasi *LinkedIn* sebagai media informasi online.

b. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan, masukan dan

referensi bagi pemilik aplikasi *LinkedIn* dalam memilih informasi dunia kerja.

2. Sebagai bahan referensi bagi masyarakat yang mengunduh aplikasi *LinkedIn* untuk lebih mengetahui mengenai seluk beluk akan aplikasi *LinkedIn* dan juga tingkat keefektifitasan komunikasi aplikasi online *LinkedIn* dalam dunia pekerjaan bagi alumni Universitas Riau.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori New Media

Teori new media merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy pada tahun 1960-an, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori new media, terdapat dua pandangan pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pandangan kedua yaitu pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media dalam bentuk informasi, interaksi, dan penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrument informasi cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberikan rasa saling memiliki (Mondry 2008:13).

New media menurut Miles, Rice dan Barr dalam media : an introduction edition (Flew, 2008:2) merupakan suatu media yang merupakan hasil dari integrasi maupun kombinasi antara beberapa aspek teknologi yang

digabungkan, antara lain teknologi komputer dan informasi, jaringan komunikasi serta media dan pesan informasi digital. New media sendiri diawali dengan perkembangan dari salah satu aspek teknologi yang digabungkan yang kemudian berkoonvergensi (Rinawati:2012:18). Dan salah satu konvergensi tersebut yang merupakan bagian dari aspek teknologi yaitu media sosial termasuk disitu aplikasi online.

Efektivitas

Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan didalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan. Hal ini sesuai dengan pendapat H. Emerson yang dikutip (Handyaningrat 1994:16) yang menyatakan bahwa, efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Komunkasi

Komunikasi merupakan suatu proses yang penting dalam menjalani kehidupan. Setiap kegiatan yang dilakukan pasti melibatkan komunikasi didalamnya, baik itu komunikasi interpersonal maupun intrapersonal, komunikasi kelompok, maupun maupun komunikasi massa. Melihat pentingnya komunikasi dalam setiap kegiatannya maka diharapkan keefektifan pada setiap proses komunikasi itu sendiri. Jika komunikasi tersebut berjalan efektif, maka tidak akan ada salah

pengertian dalam komunikasi, sehingga tidak terjadi konflik.

Seseorang ahli komunikasi yaitu Carl I. Hovland mendefenisikan komunikasi sebagai proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk merubah perilaku orang lain (Nurudin, 2016:37). Sementara menurut Bernard Barelson dan Garry A. Steiner komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan symbol, kata, gambar, grafis, angka dan sebagainya.

Efektivitas Komunikasi

Menurut Hardjana (2000:23) keefektifan komunikasi dapat diukur oleh beberapa hal, diantaranya penerima/pemakai (*receiver or user*), isi pesan (*content*), saluran komunikasi (*media*), format (*format*), sumber pesan (*source*), dan ketepatan waktu (*timing*),

- Penerima/pemakai (*receiver or user*)
- Isi pesan (*content*)
- Saluran komunikasi (*media*)
- Format pesan (*format*)
- Sumber pesan/informasi (*source*)
- Ketepatan waktu (*timing*)

Aplikasi Online *LinkedIn*

Aplikasi *LinkedIn* adalah jejaring sosial yang mempunyai konsep unik, di mana sebagian besar penggunanya adalah profesional yang memiliki latar belakang bisnis. Layaknya sebuah identitas, *LinkedIn* kerap dijadikan media untuk memperkenalkan diri atau bisnis ke calon kolega atau perusahaan dengan tujuan yang beragam. Sebagian

pengguna *LinkedIn* sengaja membuat akun untuk memberikan nilai tambahan ke bisnis mereka, dan sebagian lainnya ada pula yang mempromosikan diri dan mencari partner bisnis.

LinkedIn adalah jejaring social untuk siapa saja yang ingin tampil lebih profesional dan lebih ‘menjual diri’. Istilah menjual diri disini adalah menampilkan kemampuan atau skill kita agar perusahaan mau melirik dan merekrut diri kita. Selain itu, apa saja manfaat *LinkedIn* bagi para penggunanya simak ulasan berikut ini.

Di tahun 2019, *LinkedIn* merilis daftar keahlian atau skills yang paling dicari perusahaan di tahun ini. Daftar ini disusun berdasarkan perbandingan kebutuhan dan ketersediaan skills dari pengguna *LinkedIn* di kota dengan jumlah pengguna *LinkedIn* di atas 100 ribu.

LinkedIn sendiri menyebut, setidaknya ada 50 ribu jenis profesional skills yang dimiliki pengguna *LinkedIn*. Dengan merilis daftar ini, *LinkedIn* berharap bisa memberi gambaran skills mana yang layak dipelajari.

Media Informasi

Media informasi terus berkembang dan sangat diperlukan setiap saat karena melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi yang sedang berkembang, selain itu manusia juga bisa saling berinteraksi satu sama lain.

Perkembangan teknologi komunikasi semakin canggih, sehingga informasi dapat berpindah dengan sangat cepat karena munculnya media komunikasi baru yaitu internet sebagai sarana menyebarkan foto pribadi dan

media lain dengan teman dan keluarga, memposting portofolio, mengekspresikan opini atau observasi, menyiarkan produk/ciptaan sendiri yang menghibur, serta menghasilkan uang dari internet (Perebinossoff, 2005:51).

Media adalah kata jamak dari medium yang artinya perantara. Dalam proses komunikasi, media hanyalah satu dari empat komponen yang harus ada. Komponen yang lain yaitu: sumber informasi, informasi dan penerima informasi. Seandainya satu dari empat komponen tersebut tidak ada, maka proses komunikasi tidak mungkin terjadi (Heinich et.al., 2002; Ibrahim, 1997; Ibrahim et.al., 2001).

Media informasi adalah termasuk media massa yang baru atau biasa dikenal dengan nama new media. Media baru dikembangkan saat ini merupakan produk dari konvergensi media komunikasi yang tadinya berdiri sendiri (Irianto. 2005:119). Selain itu, karena sifat interaktifnya, maka interaktivitas menjadi ciri media baru karena pengguna bisa memilih sendiri “menu” informasi yang diinginkan atau diperlukannya.

Lowongan Kerja

Lowongan Kerja atau kesempatan kerja adalah tersedianya lapangan kerja bagi angkatan kerja yang membutuhkan pekerjaan. Maksud dari angkatan kerja adalah penduduk dalam usia kerja (15 tahun ke atas), baik yang bekerja maupun yang tidak bekerja. Kesempatan kerja di Indonesia dijamin dalam Pasal 27 ayat 2 UUD 1945 yang berbunyi : “Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan

yang layak”. Penjelasan dari pasal tersebut yakni bahwa pemerintah Indonesia bertanggung jawab atas penciptaan lapangan kerja.

Lowongan berasal dari kata dasar lowong. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, lowong adalah kosong, terluangnya suatu jabatannya sehingga dapat ditempati oleh seseorang. Jadi, Lowongan pekerjaan adalah tersedianya posisi jabatan yang kosong sehingga dapat ditempati oleh seseorang untuk bekerja (Burhanuddin 2015).

Jadi pada dasarnya Lowongan Kerja adalah Sebuah kesempatan kerja pada posisi tertentu di instansi atau tempat usaha yang tersedia untuk individu maupun kelompok yang telah memenuhi persyaratan yang dibutuhkan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teori dalam penelitian kuantitatif menjadi factor yang sangat penting dalam proses penelitian, bahkan separuh dari kegiatan penelitian adalah proses teori dan proses berteori. Analisis data kuantitatif adalah analisis yang berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis dan diolah menggunakan teori statistic sebagai alat pemecahan masalah yang dihadapi, sehingga metode ini akan memberikan kepastian dalam mengambil keputusan (Sugiyono, 2010:17).

Penelitian ini dilakukan di Pekanbaru Universitas Riau. Sebagai bahan acuan dapat dikemukakan bahwa penelitian ini dimulai antara bulan

Desember 2019 sampai bulan Oktober 2020 , dengan melakukan observasi lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah alumni Universitas Riau, dengan sampel 100 orang.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada alumni yang memiliki aplikasi linkedIn, selanjutnya melakukan observasi lapangan, selain itu peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi untuk mengumpulkan data-data yang diperoleh di lapangan. Dan peneliti juga menggunakan teknik pengukuran data melalui skala Likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh, diketahui nilai untuk indikator penerima pesan (*Receiver*) sebesar 2,73. Hal ini menginformasikan bahwa alumni yang mendownload aplikasi *LinkedIn* setuju jika aplikasi *LinkedIn* telah mampu secara efektif membagi informasi mengenai lowongan kerja bagi alumni.

Hasil yang diperoleh peneliti mengenai indikator pesan (*Content*) sebesar 2,93 yang menunjukkan bahwa aplikasi *LinkedIn* sudah mampu secara efektif menyampaikan pesan ataupun informasi lowongan kerja sesuai dengan fakta yang ada, up to date, dan juga sudah mampu secara efektif menyampaikan pesan yang dimaksud dengan jelas dan juga mudah dipahami oleh responden yang merupakan alumni yang menggunakan aplikasi online *LinkedIn*.

Hasil yang diperoleh peneliti mengenai indikator media yaitu sebesar 3,02 yang menunjukkan bahwa aplikasi

LinkedIn memuat informasi yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh penerima pesan. Hasil yang diperoleh juga menunjukkan bahwa aplikasi *LinkedIn* juga merupakan media yang efektif dalam menyebarkan informasi secara cepat.

Hasil yang diperoleh peneliti mengenai indikator Format yaitu sebesar 2,88 yang berarti ada kesesuaian format antara yang dimaksudkan oleh pengirim pesan dengan penerima pesan. Menurut Siregar & Pasaribu (2000:16), pilihan kata dalam penulisan tidak sekedar menyangkut ketepatan saja, melainkan bagaimana memakai kata tertentu sehingga tepat mewakili apa yang disampaikan artinya, setiap pesan maupun informasi yang dibuat kemudian diposting oleh *LinkedIn* mampu secara efektif memberikan arti yang jelas dan mudah dipahami, dan memiliki tampilan yang menarik sehingga tidak membuat alumni yang menggunakannya tidak mengorbankan banyak waktunya untuk merenungkan makna dari pesan tersebut.

Hasil yang diperoleh peneliti mengenai indikator sumber pesan (*Source*) yaitu sebesar 2,92 menunjukkan bahwa aplikasi *LinkedIn* memiliki kejelasan sumber yang dapat dipertanggung jawabkan sehingga pesan yang disampaikan akurat dan efektif menurut respondennya yaitu alumni yang menggunakan aplikasi *LinkedIn* itu sendiri.

Hasil yang diperoleh peneliti mengenai indikator ketepatan waktu (*timing*) yaitu sebesar 2,71 yang berarti pesan yang dimaksudkan kepada masyarakat yang mendownload aplikasi

online *LinkedIn* tepat pada waktunya sesuai dengan lowongan kerja yang dibutuhkan oleh instansi (tidak terlalu cepat tidak terlalu lambat). Menurut Mardikanto (1994) dalam Hapsari (2013:270) salah satu persyaratan umum agar pesan dapat diterima dengan jelas oleh sasaran, maka haruslah diupayakan agar pesan tersebut berisi hal-hal yang mudah dipahami oleh sasaran, baik mengenai isi materi, bahasa yang digunakan dan penyampaian pada waktu dan tempat yang sesuai.

Kemudian berdasarkan hasil perhitungan Efektivitas Komunikasi Aplikasi *LinkedIn*, maka diperoleh nilai sebesar 2,86. Nilai ini termasuk kedalam rentang skala efektif (2,51 - 3,25). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa aplikasi *LinkedIn* memiliki efektivitas komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Ardianto, Elvaniro & Siti Karlina, Lukita Komala. 2007. *Komunikasi Masa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta ilmu-ilmu Sosial lainnya*, Edisi kedua, Jakarta: Kencana.
- Burhanuddin, Amalia Rizky. 2015. "Analisis Penggunaan Metode Altman Z-Scote Dan Metode Springate Untuk Mengetahui Terjadinya Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur Sector Industry Dasar Dan Kimia Sub Sector Semen."

- Creeber, G. And Martin, R. 2009, *Digital Cultures: Understanding New Media, Berkshire-England: Open University Press.*
- Flew, T. 2008. *New Media: An Introduction.* New York: Oxford University Pers.
- Handyaningrat, Soewarno. 1994. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi Dan Manajemen.* Jakarta .: Haji Masagung.
- Hardjana, Andre.2000. *Audit Komunikasi Teori dan Praktek.* Jakarta: Grasindo.
- Irianto, A. 2005. *Patologi Iklan Teleostei.* Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa).* Diterjemahkan oleh: Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori Dan Praktik Jurnalistik.* Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2015. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung: Rosdakarya.
- Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer.* Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Perebinosoff, P. Gross, B. & Gross, L. 2005. *Programming for TV, Radio & The Internet* (2nd ed.) Massachusetts: Focal Press.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.
- Rinawati dkk. 2012. *Penentuan Waktu Standar Dan Jumlah Tenaga Kerja Optimal Pada Produksi Batik Cap.* Jurnal Teknik Industri Undip, Vol. VII, No 3. September 2012.
- Rosady, Ruslan. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sumber Jurnal :**
- Bimbing Roby Irianto. Freddy Yusanto. Berlian Primadani Satria Putri. 2015. *Pengaruh Penggunaan Instant Messaging LINE Terhadap Efektivitas Komunikasi Interpersonal.* Universitas Telkom. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis.
- D.H. Purnama. M.Hubeis. K.Matindas. 2009. *Efektivitas Komunikasi Pembelajaran melalui Media Website Untuk Materi Ajaran Fisika (Kasus Siswa Kelas 3 SMAN 1 Jakarta Pusat).* Komunikasi Pembangunan.
- Sari Puti Nova.2018. *Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram Sebagai Media Informasi Pegawai PT.Pos Indonesia (PERSERO) Kota Pekanbaru.* Universitas Riau. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Novi Herlina. 2017. *Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram Sebagai Media Informasi Pegawai PT.Pos Indonesia (PERSERO) Kota Pekanbaru.* Universitas Riau. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.