

**STRATEGI MENGOPTIMALKAN *PERSONAL BRANDING* PADA PLATFORM
LINKEDIN UNTUK MENDORONG PELUANG KERJA:
STUDI KASUS PADA LULUSAN UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN**

Oleh:

ADILLA RACHMAWATI PRADANA

F1C022116

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya persaingan di pasar kerja menuntut lulusan Unsoed untuk memiliki strategi komunikasi yang dapat membangun citra profesional. LinkedIn sebagai platform profesional menjadi salah satu media yang digunakan untuk membangun personal branding dan memperluas peluang kerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi mengoptimalkan *personal branding* pada platform LinkedIn dalam mendorong peluang kerja lulusan Unsoed dengan menggunakan pendekatan kualitatif metode studi kasus terhadap lulusan Unsoed yang aktif mengelola LinkedIn. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi profil LinkedIn, dan dokumentasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi mengoptimalkan *personal branding* dilakukan melalui optimasi profil profesional (*authenticity*), interaksi dan pengembangan jaringan (*integrity*), konsistensi membangun konten (*consistency*), penguatan spesialisasi diri (*specialization*), pembentukan otoritas (*authority*), keunikan diri (*distinctiveness*), keselarasan dengan karir (*relevance*), peningkatan visibilitas (*visibility*), keberlanjutan *personal branding* (*persistence*), nilai kepedulian (*goodwill*), serta dampak pada peluang kerja (*performance*). Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi mengoptimalkan *personal branding* pada platform LinkedIn dapat mendorong peluang kerja lulusan Unsoed dalam pasar kerja digital.

Kata kunci: *Personal Branding*, LinkedIn, Peluang Kerja, Komunikasi Strategi

**STRATEGI MENGOPTIMALKAN *PERSONAL BRANDING* PADA PLATFORM
LINKEDIN UNTUK MENDORONG PELUANG KERJA:
STUDI KASUS PADA LULUSAN UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN**

Oleh:

ADILLA RACHMAWATI PRADANA

F1C022116

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

The advancement of digital technology and the increasing competition in the job market require Unsoed graduates to develop communication strategies that can build a professional image. LinkedIn, as a professional platform, has become one of the primary media used to develop personal branding and expand employment opportunities. This study aims to analyze strategies for optimizing personal branding on LinkedIn in order to enhance job opportunities for Unsoed graduates, using a qualitative approach with a case study method involving informants who actively manage their LinkedIn profiles. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews, observation of LinkedIn profiles, and digital documentation. The results of the study indicate that strategies for optimizing personal branding are carried out through professional profile optimization (authenticity), interaction and networking (integrity), content consistency (consistency), strengthening self-specialization (specialization), establishment of authority (authority), development of uniqueness (distinctiveness), alignment with career goals (relevance), increased visibility (visibility), sustainability of personal branding (persistence), demonstration of goodwill (goodwill) and their impact on employment opportunities (performance). This study concludes that optimizing personal branding strategies on LinkedIn can enhance job opportunities for Unsoed graduates in the digital job market.

Keywords: *Personal Branding, LinkedIn, Employability, Strategic Communication*