ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah menggeser pola rekrutmen kerja, di mana rekruter kini turut mempertimbangkan reputasi digital dan *personal branding* calon tenaga kerja selain kualifikasi akademik formal. Platform LinkedIn menjadi ruang strategis digital yang dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk membentuk identitas profesional sejak dini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Malikussaleh dalam membangun *personal branding* di LinkedIn, serta mengkaji proses *impression management* (manajemen kesan) yang diterapkan mahasiswa sebagai bagian dari persiapan menuju karier profesional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan landasan teori *Impression Management* dari Erving Goffman dan kerangka indikator *personal branding*. Penentuan informan dilakukan melalui teknik *purposive sampling*, yang terdiri dari 6 informan utama serta 2 informan pendukung. Teknik pengumpulan data meliputi observasi tak terstruktur, wawancara semi-terstruktur, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa FISIP Universitas Malikussaleh secara sadar dan terencana menyusun strategi *personal branding* di LinkedIn dengan memanfaatkan lima indikator utama, yaitu *authenticity*, *consistency*, *specialization*, *authority*, dan *visibility*. Mahasiswa memosisikan profil LinkedIn sebagai portofolio digital yang merepresentasikan kompetensi, pengalaman akademik, kegiatan organisasi, program MBKM, hingga prestasi. Dalam perspektif *impression management*, mahasiswa secara aktif mengelola *front stage* melalui kurasi foto profil profesional, penelitian *headline*, deskripsi diri (*about*), pencantuman sertifikat, dan pembagian konten positif yang relevan. Sementara pada *back stage*, mahasiswa melakukan persiapan matang meliputi pemilihan diksi/bahasa, penyuntingan visual, penyusunan *Curriculum Vitae* (CV), serta pemilahan informasi yang relevan sebelum dipublikasikan. Pemanfaatan LinkedIn ini tidak hanya membentuk citra diri profesional dan memperluas jaringan relasi (*networking*), tetapi juga dapat meningkatkan kesiapan karier mahasiswa serta memperbesar potensi peluang kerja.

Kata Kunci: *Personal Branding*, LinkedIn*, Impression Management*, *Front Stage*, *Back Stage*, Karier Profesional.

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed recruitment practices, with recruiters increasingly considering the digital reputation and personal branding of prospective employees in addition to formal academic qualifications. LinkedIn has become a strategic digital platform that students use to establish their professional identities from an early stage. This study aims to analyze the strategies employed by students of the Faculty of Social and Political Sciences (FISIP), Universitas Malikussaleh, in building personal branding on LinkedIn and to examine the impression management processes they employ as part of their preparation for professional careers. This study uses a descriptive qualitative approach, drawing on Erving Goffman's Impression Management theory and a framework of personal branding indicators. Informants were selected using purposive sampling, comprising six primary informants and two supporting informants. Data collection techniques included unstructured observation, semi-structured interviews, and documentation. Data were analyzed through three stages: data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that students of FISIP, Universitas Malikussaleh, consciously and strategically develop their personal branding on LinkedIn by applying five key indicators: authenticity, consistency, specialization, authority, and visibility. Students position their LinkedIn profiles as digital portfolios that represent their competencies, academic experiences, organizational activities, participation in the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program, and achievements. From the perspective of impression management, students actively manage their front stage by curating professional profile photos, crafting headlines and personal summaries in the About section, displaying certificates, and sharing relevant, positive content. Meanwhile, in the back stage, students undertake thorough preparation, including selecting appropriate wording, editing visual materials, preparing their Curriculum Vitae (CV), and selecting relevant information before publication. The use of LinkedIn not only helps students establish a professional image and expand their professional networks but may also enhance their career readiness and increase their potential employment opportunities.

***Keywords**: Personal Branding, LinkedIn, Impression Management, Front Stage, Back Stage, Professional Career.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah dinamika dunia kerja secara fundamental. Transformasi ini terlihat dari cara perusahaan dalam merekrut tenaga kerja yang kini tidak hanya bergantung pada ijazah atau pengalaman formal tapi juga mempertimbangkan jejak digital dan representasi profesional individu di ruang maya. Media sosial profesional tidak lagi sekadar ruang komunikasi pribadi tetapi menjadi arena penting bagi pencari kerja untuk menunjukkan kompetensi, nilai, dan reputasi profesionalnya.

Fenomena ini menunjukkan perubahan struktur legitimasi profesional dimana citra digital berperan dalam membentuk persepsi rekruter terhadap calon pekerja. Perkembangan teknologi digital secara bertahap mengubah cara kerja dunia profesional, termasuk dalam proses rekrutmen tenaga kerja. Jika sebelumnya perusahaan cenderung berpatokan pada ijazah dan pengalaman kerja formal, saat ini penilaian terhadap kandidat juga mempertimbangkan keberadaan dan citra profesional seseorang di ruang digital.

Media sosial profesional tidak lagi hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi atau mencari lowongan pekerjaan, tetapi telah berkembang menjadi media *personal branding* yang memungkinkan individu menampilkan kompetensi, pengalaman, keterampilan, serta membangun citra profesional secara daring (Harmen et al., 2026: 614). Perubahan tersebut menunjukkan adanya pergeseran standar penilaian profesionalitas seseorang. Rekruter tidak hanya menilai informasi yang tercantum dalam *Curriculum Vitae* (CV), tetapi juga memperhatikan