Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



PENGARUH PERSONAL BRANDING, WORK ABILITY, DAN SELF-CONFIDENCE DI DALAM SOSIAL MEDIA LINKEDIN TERHADAP KESIAPAN KERJA GENERASI Z

Mita Octaviana[1], Dewi Susita[2], Despinur Dara[3]

[123]*Universitas Negeri Jakarta, Indonesia*

ARTICLE INFO

Article history:
Received Januari, 2026
Revised Januari, 2026
Accepted Januari, 2026
Available online Januari, 2026

mitaoctaviana210@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Abstract

This study aims to analyze the influence of personal branding, work ability, and self-confidence through LinkedIn social media on Generation Z's work readiness. This research employed a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to Generation Z students of Universitas Negeri Jakarta, class of 2022. The collected data were analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The results indicate that personal branding and work ability have a positive and significant effect on work readiness. Meanwhile, self-confidence does not show a significant effect on work readiness. These findings suggest that Generation Z's work readiness is more strongly influenced by the ability to build a professional image and demonstrate relevant work skills through LinkedIn rather than internal self-confidence factors. This study is expected to contribute to the development of strategies for enhancing students' work readiness in the digital era.

Keywords: *personal branding, work ability, self-confidence, work readiness, LinkedIn*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *personal branding, work ability*, dan *self-confidence* di dalam media sosial LinkedIn terhadap kesiapan kerja Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarkan kepada Generasi Z, khususnya pada mahasiswa rumpun manajemen Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* dan *work ability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja. Sementara itu, *self-confidence* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesiapan kerja Generasi Z lebih dipengaruhi oleh kemampuan membangun citra profesional dan kesiapan kemampuan kerja yang dapat ditampilkan secara nyata melalui platform LinkedIn, dibandingkan faktor kepercayaan diri secara internal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi peningkatan kesiapan kerja mahasiswa di era digital.

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Kata kunci: *personal branding*, *work ability*, *self-confidence*, kesiapan kerja, LinkedIn

1. Pendahuluan

Perkembangan digitalisasi telah mendorong perubahan signifikan dalam proses rekrutmen tenaga kerja. Metode konvensional secara bertahap bergeser menuju digital hiring yang menekankan efisiensi, kecepatan, dan pemanfaatan teknologi dalam menilai kandidat. Digitalisasi dalam manajemen sumber daya manusia tidak hanya mengubah cara perusahaan merekrut tenaga kerja, tetapi juga membentuk standar baru dalam menilai kesiapan kerja individu (Alwy, 2022). Dalam konteks ini, kesiapan kerja tidak lagi ditentukan semata oleh pencapaian akademik, melainkan oleh kemampuan individu dalam menampilkan kompetensi dan profesionalitas secara digital.

Generasi Z sebagai digital native memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan media digital dan memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam membangun identitas profesional (Fadillah et al., 2022). Salah satu platform profesional yang banyak digunakan adalah LinkedIn, yang berfungsi sebagai sarana *personal branding*, pengembangan jejaring, serta penyajian portofolio digital. Di Indonesia, jumlah pengguna LinkedIn telah mencapai lebih dari 33 juta pada awal tahun 2025 (Kemp, 2025), dan sekitar 79% perekrut memanfaatkan platform ini untuk membantu proses pencarian dan seleksi kandidat (Waalaxy, 2025; Putri et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa LinkedIn memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi kesiapan kerja calon tenaga kerja.

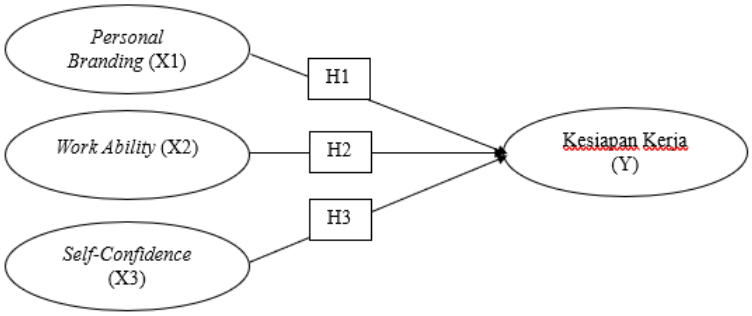
Meskipun demikian, pemanfaatan LinkedIn oleh Generasi Z belum sepenuhnya optimal. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memahami fungsi LinkedIn sebagai media profesional, pengelolaan profil dan strategi *personal branding* yang dilakukan masih terbatas (Putri et al., 2023; Rahayu et al., 2024). Kondisi ini menyebabkan citra profesional yang ditampilkan belum sepenuhnya mencerminkan potensi dan kompetensi yang dimiliki, sehingga berdampak pada kesiapan kerja yang dirasakan oleh individu itu sendiri.

Kesiapan kerja mencerminkan kemampuan individu dalam menghadapi tuntutan dunia kerja, yang mencakup aspek kemampuan kerja, sikap profesional, dan kesiapan psikologis (Caballero et al., 2011 dalam Azky & Mulyana, 2024). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kesiapan kerja dipengaruhi oleh *personal branding, work ability*, dan *self-confidence*. *Personal branding* berpengaruh positif terhadap kesiapan kerja mahasiswa (Ari Wibowo & Rimawati, 2024; Widiawati et al., 2025), *work ability* menjadi dasar penting dalam memenuhi tuntutan industri (Sudarsono, 2022; Magnavita et al., 2025), dan *self-confidence* berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kesiapan individu menghadapi proses rekrutmen (Fitriany et al., 2023; Syahlidi & Amanda, 2025).

Namun, hingga saat ini masih terbatas penelitian yang mengkaji pengaruh *personal branding, work ability*, dan *self-confidence* secara simultan terhadap kesiapan kerja Generasi Z dalam konteks pemanfaatan media sosial profesional LinkedIn. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *personal branding, work ability*, dan *self-confidence* di media sosial LinkedIn terhadap kesiapan kerja Generasi Z, khususnya pada mahasiswa Rumpun Manajemen, Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022.

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Gambar 1. Kerangka Penelitian
Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2025)

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh *personal branding*, *work ability*, dan *self-confidence* di media sosial LinkedIn terhadap kesiapan kerja Generasi Z. Responden penelitian adalah 160 mahasiswa, yang terdiri dari mahasiswa rumpun manajemen, yaitu S1 Manajemen, S1 Bisnis Digital, dan D4 Pemasaran Digital, Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022 yang dipilih menggunakan teknik *probability sampling*. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui kuesioner tertutup menggunakan skala Likert empat poin. Variabel kesiapan kerja, *personal branding*, *work ability*, dan *self-confidence* diukur berdasarkan indikator yang relevan dengan konteks kesiapan kerja mahasiswa. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS, melalui pengujian *outer model* untuk menilai validitas dan reliabilitas instrumen serta *inner model* untuk menguji hubungan antarvariabel dan hipotesis penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Tabel.1
Karakteristik Responden

Program Studi	**Jumlah (Orang)**	**Presentase (%)**
S1 Manajemen Tahun 2022	124	77,5%
S1 Bisnis Digital Tahun 2022	21	13,1%
D4 Pemasaran Digital Tahun 2022	15	9,4%
Total Responden	**160**	**100%**
Jenis Kelamin	**Jumlah (Orang)**	**Presentase (%)**
Laki-Laki	84	52,5%
Perempuan	76	47,5%
Total Responden	**160**	**100%**
Usia	**Jumlah (Orang)**	**Presentase (%)**
19-20 Tahun	9	5,6%
21-22 Tahun	139	86,9%
23-24 Tahun	12	7,5%

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Total Responden	**160**	**100%**
Kepemilikan Akun LinkedIn	**Jumlah (Orang)**	**Presentase (%)**
Ya	160	100%
Tidak	0	0%
Total Responden	**160**	**100%**

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas responden merupakan mahasiswa Generasi Z mahasiswa rumpun Manajemen angkatan 2022 Universitas Negeri Jakarta. Dengan rentang usia yang berada pada usia produktif serta sesuai dengan karakteristik mahasiswa aktif. Hal ini menunjukkan bahwa responden berada pada tahap awal persiapan memasuki dunia kerja dan kepemilikan akun LinkedIn. sehingga relevan dengan tujuan penelitian yang mengkaji kesiapan kerja.

Selain itu, distribusi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan keterwakilan responden laki-laki dan perempuan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa data yang diperoleh mampu memberikan gambaran kesiapan kerja dari sudut pandang gender yang beragam, sehingga hasil penelitian dapat merepresentasikan karakteristik responden secara lebih objektif.

Analisis Model Struktural (Outer Model)

Uji *Convergent Validity*

Tabel. 2
Nilai *Loading Factor*

Pernyataan	***Personal Branding***	***Work Ability***	***Self-Confidence***	**Kesiapan Kerja**
X1_1	**0.894**			
X1_10	**0.903**			
X1_11	**0.904**			
X1_12	**0.895**			
X1_2	**0.889**			
X1_3	**0.890**			
X1_4	**0.907**			
X1_5	**0.900**			
X1_6	**0.899**			
X1_7	**0.901**			
X1_8	**0.898**			
X1_9	**0.902**			
X2_1		**0.903**		
X2_10		**0.890**		

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



X2_11	**0.894**		
X2_12	**0.907**		
X2_2	**0.905**		
X2_3	**0.894**		
X2_4	**0.896**		
X2_5	**0.906**		
X2_6	**0.891**		
X2_7	**0.901**		
X2_8	**0.884**		
X2_9	**0.917**		
X3_1		**0.894**	
X3_10		**0.895**	
X3_11		**0.911**	
X3_12		**0.904**	
X3_2		**0.895**	
X3_3		**0.892**	
X3_4		**0.894**	
X3_5		**0.897**	
X3_6		**0.898**	
X3_7		**0.898**	
X3_8		**0.908**	
X3_9		**0.903**	
Y_1			**0.894**
Y_10			**0.908**
Y_11			**0.897**
Y_12			**0.896**
Y_2			**0.914**
Y_3			**0.900**
Y_4			**0.906**
Y_5			**0.902**
Y_6			**0.903**
Y_7			**0.893**
Y_8			**0.915**
Y_9			**0.900**

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2025)

Hasil pengujian *outer loading* menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai di atas batas minimum yang disyaratkan (>0,70), yaitu untuk Variabel *Personal Branding* memiliki

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



nilai outer loading sebesar 0,889 hingga 0,907. Variabel *Work Ability* memiliki nilai outer loading sebesar 0,884 hingga 0,917. Variabel *Sel-Confidence* memiliki nilai outer loading sebesar 0,894 hingga 0,911. Variabel Kesiapan Kerja memiliki nilai outer loading sebesar 0,893 hingga 0,915. Dengan demikian, dapat disimpulkan seluruh indikator dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur.

Uji *Discriminant Validity*

Tabel.3
Hasil Uji *Discriminant Validity*

Indikator	*Personal Branding*	*Work Ability*	*Self-Confidience*	Kesiapan Kerja
X1_1	0.894	0.422	0.441	0.481
X1_10	0.903	0.447	0.432	0.514
X1_11	0.904	0.496	0.506	0.561
X1_12	0.895	0.469	0.439	0.497
X1_2	0.889	0.532	0.435	0.541
X1_3	0.890	0.428	0.457	0.441
X1_4	0.907	0.467	0.423	0.517
X1_5	0.900	0.450	0.476	0.505
X1_6	0.899	0.538	0.438	0.487
X1_7	0.901	0.448	0.438	0.478
X1_8	0.898	0.469	0.478	0.526
X1_9	0.902	0.512	0.512	0.530
X2_1	0.454	0.903	0.437	0.494
X2_10	0.433	0.890	0.414	0.495
X2_11	0.441	0.894	0.420	0.482
X2_12	0.518	0.907	0.478	0.543
X2_2	0.521	0.905	0.428	0.549
X2_3	0.444	0.894	0.464	0.511
X2_4	0.471	0.896	0.475	0.533
X2_5	0.470	0.906	0.449	0.508
X2_6	0.491	0.891	0.431	0.536
X2_7	0.469	0.901	0.440	0.519
X2_8	0.442	0.884	0.393	0.512
X2_9	0.528	0.917	0.463	0.557
X3_1	0.421	0.408	0.894	0.374
X3_10	0.470	0.494	0.895	0.461
X3_11	0.469	0.422	0.911	0.454
X3_12	0.434	0.419	0.904	0.424
X3_2	0.472	0.420	0.895	0.446
X3_3	0.473	0.448	0.892	0.461
X3_4	0.434	0.385	0.894	0.420

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



X3_5	0.444	0.423	0.897	0.424
X3_6	0.464	0.447	0.898	0.482
X3_7	0.444	0.457	0.898	0.453
X3_8	0.487	0.455	0.908	0.453
X3_9	0.466	0.501	0.903	0.496
Y_1	0.509	0.544	0.418	0.894
Y_10	0.507	0.526	0.450	0.908
Y_11	0.529	0.505	0.432	0.897
Y_12	0.489	0.530	0.449	0.896
Y_2	0.549	0.504	0.491	0.914
Y_3	0.474	0.481	0.403	0.900
Y_4	0.528	0.524	0.468	0.906
Y_5	0.523	0.548	0.455	0.902
Y_6	0.506	0.520	0.446	0.903
Y_7	0.462	0.479	0.441	0.893
Y_8	0.514	0.538	0.501	0.915
Y_9	0.529	0.563	0.430	0.900

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2025)

Hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan metode *cross loading* menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk memiliki tingkat diskriminasi yang baik dan mampu merepresentasikan variabel penelitian secara tepat.

Uji *Composite Reliability* & *Cronbanch Alpha*

Tabel. 4
Hasil Uji *Composite Reliability* & *Cronbanch Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite reliability (rho_c)	Average Variance Extracted
Personal Branding	0.978	0.980	0.807
Work Ability	0.978	0.981	0.809
Self-Confidence	0.978	0.981	0.808
Kesiapan Kerja	0.979	0.981	0.814

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang terdapat dalam tabel di atas, dapat dilihat bahwa :

- Seluruh konstruk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas batas minimum yang disyaratkan, yaitu 0,70. Dengan demikian, seluruh variabel dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur konstruk penelitian.

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



- Seluruh konstruk memiliki nilai *Composite Reliability* di atas batas minimum yang disyaratkan, yaitu 0,70. Dengan demikian, seluruh variabel dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur konstruk penelitian.
- Nilai AVE pada seluruh variabel penelitian berada di atas 0,50, yang menunjukkan bahwa konstruk memiliki tingkat validitas konvergen yang baik dan mampu menjelaskan varians indikator secara memadai.

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Uji R-Square

Tabel.5

Hasil Uji R-Square

Variabel Dependen	R-square	R-square Adjusted
Kesiapan Kerja	0.452	0.441

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian diatas, diperoleh nilai R-Square untuk variabel Kesiapan Kerja sebesar 0,452. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan variasi pada variabel kesiapan kerja sebesar 45,2%, sementara sebesar 54,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

Mengacu pada kriteria penilaian R-Square, yaitu nilai 0,19 dikategorikan lemah, 0,33 termasuk kategori sedang, dan nilai 0,67 atau lebih dikategorikan kuat, sehingga nilai sebesar 0,452 dapat diklasifikasikan ke dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variabel kesiapan kerja

Selanjutnya, nilai R-Square Adjusted sebesar 0,441 mengindikasikan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen yang digunakan, model penelitian tetap memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan variabel kesiapan kerja. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model struktural yang digunakan berada pada tingkat kemampuan penjelasan yang tergolong sedang.

Uji Signifikansi (Pengujian Hipotesis)

Tabel.6

Hasil Uji Signifikansi

Hipotesis	Hubungan	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values	Ket.

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



H1	X1-> Y	0.297	0.297	0.102	2.904	0.004	Diterima
H2	X2-> Y	0.332	0.334	0.101	3.279	0.001	Diterima
H3	X3 -> Y	0.184	0.186	0.099	1.849	0.065	Ditolak

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2025)

H1 : Terdapat pengaruh signifikan antara *personal branding* di dalam sosial media LinkedIn terhadap kesiapan kerja generasi z

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa *personal branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar 2,904 > 1,96 serta nilai p-value sebesar 0,004 < 0,05. Dalam konteks ini, nilai t-statistic menunjukkan signifikansi apabila berada pada > 1,96 dengan nilai p-value < 0,05. Sehingga, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh *personal branding* terhadap kesiapan kerja dinyatakan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan Generasi Z dalam membangun citra diri secara profesional melalui media sosial LinkedIn berperan dalam meningkatkan kesiapan mereka memasuki dunia kerja. *Personal branding* yang baik memungkinkan individu menampilkan kompetensi, pengalaman, dan keunggulan diri secara lebih jelas, sehingga mendukung kesiapan dalam menghadapi tuntutan dunia kerja.

H2 : Terdapat pengaruh signifikan antara *work ability* di dalam sosial media LinkedIn terhadap kesiapan kerja generasi z

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa *work ability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja. Nilai t-statistic yang dihasilkan telah memenuhi kriteria signifikansi sebesar 3.279 > 1,96 serta nilai p-value sebesar 0,001 < 0,05. Dalam konteks ini, nilai t-statistic menunjukkan signifikansi apabila berada pada > 1,96 dengan nilai p-value < 0,05. Sehingga, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh *work ability* terhadap kesiapan kerja dapat diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan kerja yang dimiliki individu, seperti pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan menyelesaikan tugas, berkontribusi secara nyata terhadap kesiapan kerja. Semakin baik kemampuan kerja yang dimiliki dan ditampilkan, maka semakin tinggi pula kesiapan Generasi Z dalam menghadapi dunia kerja.

H3 : Terdapat pengaruh signifikan antara *self-confidence* di dalam sosial media LinkedIn terhadap kesiapan kerja generasi z

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa *self-confidence* tidak berpengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistic sebesar 1,849 < 1,96 dengan nilai p-value sebesar 0,065 > 0,05. Dalam konteks ini, menunjukkan nilai belum memenuhi batas signifikansi pada nilai t-statistic sebesar > 1,96 dengan nilai p-value < 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh *self-confidence* terhadap kesiapan kerja dinyatakan ditolak.

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan diri yang dimiliki individu belum tentu secara langsung mempengaruhi kesiapan kerja. Meskipun *self-confidence* merupakan aspek penting dalam dunia kerja, pada konteks penelitian ini faktor tersebut belum menjadi penentu utama dibandingkan dengan kemampuan kerja dan *personal branding* yang bersifat lebih nyata dan terukur.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *personal branding, work ability, dan self-confidence* di media sosial LinkedIn terhadap kesiapan kerja Generasi Z. Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa *personal branding* dan *work ability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja. Hal ini menegaskan bahwa kemampuan membangun citra profesional serta menunjukkan kompetensi kerja secara nyata melalui LinkedIn menjadi faktor penting dalam mempersiapkan Generasi Z memasuki dunia kerja.

Sementara itu, *self-confidence* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kesiapan kerja. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepercayaan diri bersifat sebagai faktor pendukung, namun belum menjadi penentu utama kesiapan kerja apabila tidak diiringi dengan kemampuan kerja dan strategi *personal branding* yang jelas.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengembangan kesiapan kerja mahasiswa di era digital perlu diarahkan pada penguatan kemampuan kerja dan pengelolaan *personal branding* profesional melalui platform digital, khususnya LinkedIn.

Daftar Pustaka

Alwy, M. A. (2022). SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi. Sibatik Journal, 1(10), 2265–2276. https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.334

Anjelina, R., & Andjarwati, T. (2024). Pengaruh work life balance, quality of work life, dan work ability terhadap kinerja karyawan. Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi, 2(1), 1–12.

Annisa, S., & Abadi, A. P. (2023). Level-Level Kepercayaan Diri (Self Confidence) Peserta Didik Dalam Pembelajaran Matematika Syarah. Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 5, 4103–4108.

Aqilah, V., Presilawati, F., & Yusuf, Y. (2024). Pengaruh Personal Branding , Soft Skill , dan Locus Of Control terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Politeknik Aceh. Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan, 7(2), 257–266.

Azky, S., & Mulyana, O. P. (2024). aktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesiapan Kerja Mahasiswa : Literature Review. Journal of Social Science Research, 4, 3178–3192.

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com



Bahtiar. (2023). Pengaruh Kemampuan Manajerial Dan Motivasi Kerja Kepala Sekolah Terhadap Kualitas Penerapan Manajemen Berbasis Sekolah Di Kabupaten Sinjai. MANAJERIAL : Jurnal Inovasi Manajemen Dan Supervisi Pendidikan, 3(1), 14–26. https://doi.org/10.51878/manajerial.v3i1.2050

Chandra, E. (2022). Manfaat Personal Branding & Professional Networking Untuk Hiring Decision Pada Media Linkedin Bagi Perusahaan. Journal Akses STIA Malang, 5(1), 21–34. https://doi.org/10.58535/jasm.v5i1.35

Fadillah, M., Nurbalqis, A., & Agustina, L. (2022). Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang. Al Yazidiy Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan, 4(2), 01–11. https://doi.org/10.55606/ay.v4i2.29

Febylania, A., Nursanti, S., & Lubis, F. M. (2022). Media Sosial Instagram Sebagai Tempat untuk Personal Branding Seorang Selebgram. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 8, 147–155.

Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH), 1(2), 85–114. https://doi.org/10.55927

Fitriany, R., Kurniawan, H., Farid, R., & Melisa. (2023). Kepercayaan Diri dengan Kesiapan Kerja pada Siswa SMK X. Psyche 165 Journal, 16, 125–130. https://doi.org/10.35134/jpsy165.v16i3.245

Gorbatov, S., Oostrom, J. K., & Khapova, S. N. (2024). Work does not speak for itself: examining the incremental validity of personal branding in predicting knowledge workers' employability. European Journal of Work and Organizational Psychology, 33(1), 40–53. https://doi.org/10.1080/1359432X.2023.2276533

Gunawan, I., Benty, D. D. N., Kusumaningrum, D. E., Sumarsono, R. B., Sari, D. N., Pratiwi, F. D., Ningsih, S. O., Putri, A. F., & Hui, L. K. (2020). Pengaruh gaya kepemimpinan, kemampuan manajerial, efikasi diri, dan prestasi belajar terhadap kesiapan kerja mahasiswa. (Jurnal Manajemen Dan Supervisi Pendidikan, 4, 126–150.

Haryanto, C., Purusa, N. A., Oktavia, V., & Wardhani, M. F. (2025). Peran Ability, Digital Skill dan Industry 4.0 Skill Sets Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Tingkat Akhir di Kota Semarang. Jurnal Media Wahana Ekonomika, 537–554.

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Hernanda, D., Mardiana, N., & Firdaus, L. (2025). Jurnal Mirai Management Pengaruh Personal Branding dan Modal Sosial Terhadap Kesiapan Kerja (Studi Penggunaan LinkedIn Pada Alumni Universitas Lampung). Jurnal Mirai Management, 10(1), 115–126.

Holidi, N. A., & Abu Seman, N. A. (2023). A Study of Employability Skills : From the Employers and Youth Perspectives. Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship, 8, 64–76. https://doi.org/10.24191/jibe.v8i1.23141

Julianti, Iramadhani, D., & Amalia, I. (2023). Gambaran Kesiapan Kerja Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Malikussaleh Yang Terkena Dampak Pandemi Covid-19. Jurnal Penelitian Psikologi, 1, 732–743.

Junipitoyo, B., Susila, I. W., & Sutiadiningsih, A. (2021). Literature study on the effect of on-the-job training on work readiness. International Journal of Science, Technology & Management, 2(1), 48–53. https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i1.150

Kadiyono, A. L., Gunawan, G., Budiarto, A., & Andriani, E. (2020). Pelatihan Personal Branding Bagi Persiapan Pengembangan Karir Mahasiswa Tingkat Akhir. International Journal of Community Service Learning, 4, 263–273.

Kante, M., & Michel, B. (2023). Use of partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) in privacy and disclosure research on social network sites: A systematic review. Computers in Human Behavior Reports, 10(September 2022), 1–11. https://doi.org/10.1016/j.chbr.2023.100291

Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. (2023). Laporan Kinerja Kementerian Ketenagakerjaan Tahun 2023.

Kemp, S. (2025). Digital 2025: Indonesia. DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia

Magnavita, N., Chiorri, C., & Garbarino, S. (2025). Individual work attitudes and work ability. European Journal of Investigative Health, Psychology and Education, 15(4), 53.

Malureanu, A., Panisoara, G., & Lazar, I. (2021). The Relationship between Self-Confidence, Self-Efficacy, Grit, Usefulness, and Ease of Use of eLearning Platforms in Corporate Training during the COVID-19 Pandemic. Sustainability, 13(12), 1–20.

Marin, G. D., & Nila, C. (2021). Social Sciences & Humanities Open Branding in social media . Using LinkedIn in personal brand communication : A study on communications / marketing and recruitment / human resources specialists

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com



perception. Social Sciences & Humanities Open, 4, 1–8. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2021.100174

Mitra, D., & Attiq, A. (2024). Pengaruh training dan social support terhadap work readiness dengan self-efficacy sebagai variabel intervening. Management Studies and Entrepreneurship Journal, 5(2), 4648–4665.

Muftiyanto, T. N., et al. (2021). Implementation of work-based learning in vocational education. Journal of Technical Education and Training, 13(2), 45–55.

Muin, A. (2023). Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif (A. Maulana (ed.); 1st ed.). CV. Literasi Nusantara Abadi.

Mulyana, O. P., Izzati, U. A., Mulyana, P. A., Nucahyanie, Y. D., Puspitadewi, N. W. S., & Budiani, M. S. (2025). Academic Self-Efficacy as a Mediator : Examining the Link Between Career Calling and Employability in Higher Education. Journal of Educational, Health and Community Psychology, 14(2), 642–653.

Mushofa, Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. Jurnal Syntax Admiration, 5(12), 5937–5948. https://doi.org/10.46799/jsa.v5i12.1992

Mustakim, W., Witari, I., Ambiyar, & Ridhani, D. (2023). The Effect of Fieldwork Practices and Self-Confidence on Work Readiness of Vocational High School Students. Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 5, 2580–2591.

Nisrina, T. N., Karyaningsih, R. P. D., & Suherdi. (2023). Pengaruh Praktik Kerja Industri Dan Efikasi Diri Terhadap Kesiapan Kerja Siswa. Berajah Journal (Jurnal Pembelajaran Dan Pengembangan Diri), 3(1), 75–86.

Novita, D. I., & Armida, A. (2022). Pengaruh Pengalaman Praktek Kerja Industri dan Motivasi Kerja Terhadap Kesiapan Kerja Siswa. Jurnal Ecogen, 5(1), 70. https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i1.12759

Nurmalasari, Tahir, M., & Korompot, C. A. (2023). THE IMPACT OF SELF-CONFIDENCE ON STUDENTS ' PUBLIC SPEAKING ABILITY. International Journal of Business, English, and Communication, 1(2), 53– 57.

Okviosa, A. N. R., & Irwansyah. (2022). Penggunaan LinkedIn untuk Personal Branding Karyawan. ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain, 5(2), 67–82. https://doi.org/10.37278/artcomm.v5i2.537

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif (Ketiga). Widya Gama Press.

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Pertiwi, F., & Irwansyah. (2020). PERSONAL BRANDING RIA RICIS PADA MEDIA SOCIAL MEDIA INSTAGRAM. Jurnal Penelitian Komunikasi, 23(1), 15–30. https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.631

Pham, L. T. T. (2023). Graduate work readiness in the digital age. HCMCOU Journal of Social Sciences, 14(2), 120–128.

Prasasti, A. D., Yohana, C., & Lutfia, A. (2023). ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESIAPAN KERJA. Journal of Comprehensive Science, 2, 31–41.

Putra, J., Irwanto, T., & Abi, Y. I. (2025). Pengaruh Kemampuan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Ulu Musi Kabupaten Empat Lawang. Journal of Business Management, 1, 37–46.

Putri, I. A., Marsofiyati, & Utari, E. D. (2025). Utilization of LinkedIn for Personal Branding Among Undergraduate Students Preparing for the Workforce. ICONBIT, 696–701.

Rahayu, T., Marka, M. M., Septanti, A. L., & Nijwah, I. S. (2024). The Role of Personal Branding in Increasing Generation Z Career Success. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 12(3), 673–682. https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i3.2530

Rahmawati, F., & Wijaya, L. S. (2024). Membangun *Personal Branding* di *Linkedin* : Perspektif Generasi Z dalam Pencarian Kerja. Prologia, 8, 522– 537.

Ristianti, D., Syahindra, W., Warsah, I., & Situmorang, D. (2025). *Improving Work Readiness of Final-Year Students through Smart Digital Interactive Service : Personal Branding Development Strategy. International Research Journal of Multidisciplinary Scope*, 6, 422–434. https://doi.org/10.47857/irjms.2025.v06i04.06516

Salma, E. A., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2024). Pemanfaatan Personal Branding Linkedin Dalam Peningkatan Karier Mahasiswa. Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik, 11(2), 483–494.

Saragih, F. M., & Cristian, N. (2025). The Influence of the Technology Acceptance Model on Personal Branding Through Self-Efficacy on LinkedIn Among Generation Z. Jurnal Keuangan Dan Perbankan, 13, 102–113.

Setiawan, C. D., Chandra, C., Harto, I. R., Anaya, R., & Sahrani, R. (2025). Peran Digital Identity Terhadap Competitive Attitude Dengan Mediasi Social Comparison Pada Generasi Z Pengguna Linkedin. Jurnal Empati, 14, 45– 58.

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com



Setyaningsih, E., Yani, M. N., & Prasetyo, N. C. (2024). *Determining Factors of Self-Confidence in a Using Social Environment Path Analysis. European Journal of Education Studies,* 11(5), 274–285. https://doi.org/10.46827/ejes.v11i5.5326

Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. Jurnal Manajemen, 12(1), 84–93. https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978

Siswanto, Saimroh, Muthmainna, A., Nurhijriah, & Siswanto. (2024). The Role of Self-Confidence and Self-Awareness in Enhancing Academic Value: An SEM Analysis. International Journal of Social Learning (IJSL), 5(1), 189–201. https://doi.org/10.47134/ijsl.v5i1.310

Sofyani, H. (2025). Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia, 9(1), 80–94. https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199

Subhaktiayasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel;Pendekatan Metodology Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan, 9, 2721–2731. https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657

Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). Jurnal Ilmu Multidisplin, 3(1), 1–12. https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504

Szántó, P. (2023). Systematic literature and modeling review of Personal Branding. Marketing & Menedzsment, 57(1), 69–78. https://doi.org/10.15170/mm.2023.57.01.07

Szántó, P., Papp-Váry, Á., & Radácsi, L. (2025). Research Gap in Personal Branding: Understanding and Quantifying Personal Branding by Developing a Standardized Framework for Personal Brand Equity Measurement. Administrative Sciences, 15(4), 1–33. https://doi.org/10.3390/admsci15040148

Violinda, Q., Wahyuningsih, S., & Meiriyanti, R. (2023). Pengaruh Career Planning, Self Efficacy dan Adversity Quotient Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa S1 di Semarang. Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen, 9(2)(2), 639–648.

Wibowo, A., & Rimawati, E. (2024). ANALISA FAKTOR-FAKTOR PERSONAL BRANDING TERHADAP KESIAPAN KERJA MAHASISWA STMIK SINAR NUSANTARA SURAKARTA. Edunomika, 08(04), 1–13.

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 11, Number 10, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Widiawati, K., Wiladiyah, L., Dewi Winata, S., Putri Estiarto, L., & Elga Arliana, S. (2025). Penguatan Personal Branding untuk Persiapan Memasuki Dunia Kerja Siswa SMK Bistek Bekasi. ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(1), 231–239. https://doi.org/10.52072/abdine.v5i1.1334

*Corresponding author
E-mail addresses: mitaoctaviana210@gmail.com