

ABSTRACT

The Effect of Personal Branding and Personal Skill with Knowledge Sharing as a Moderating Variable on the Effectiveness of LinkedIn's Social Media in DKI Jakarta Province

By : Rahmat Mustakim

Abstract

LinkedIn is a social media that can be used to find jobs and build connections professionally, if experience in using LinkedIn social media can be carried out effectively. The purpose of this study was to determine the effect of Personal Branding and Personal Skills on LinkedIn's Social Media Effectiveness, and the moderating effect of Knowledge Sharing. This study involved 100 respondents using LinkedIn social media in DKI Jakarta Province using the non-probability category with purposive sampling and accidental sampling. The Lemeshow formula is used to calculate the sample because the number of residents in DKI Jakarta Province who use LinkedIn social media is not known with certainty. The research method used is quantitative with data collection techniques through distributing questionnaires via the online Google form tool. The results of the study based on Smart PLS 4.0 analysis data conclude that Personal Branding has a positive and significant effect on Effectiveness, Personal Skills has a positive and significant effect on Effectiveness, Knowledge Sharing has effect on Effectiveness and no significant, Knowledge Sharing can be a moderating variable for the influence of Personal Branding on Effectiveness and Knowledge Sharing can be a moderating variable for the influence of Personal Skills on Effectiveness.

Keyword : Personal Branding, Personal Skill, Effectiveness, Knowledge Sharing

ABSTRAK

Pengaruh *Personal Branding* dan *Personal Skill* dengan *Knowledge Sharing* sebagai Variabel Moderasi terhadap Efektivitas Sosial Media LinkedIn di Provinsi DKI Jakarta

Oleh : Rahmat Mustakim

Abstrak

LinkedIn menjadi sosial media yang dapat digunakan untuk mencari pekerjaan dan membangun koneksi secara profesional, jika pengalaman dalam menggunakan sosial media LinkedIn dapat dilakukan secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Personal Branding* dan *Personal Skill* terhadap Efektivitas Sosial Media LinkedIn, dan efek moderasi *Knowledge Sharing*. Penelitian ini melibatkan 100 responden pengguna sosial media LinkedIn di Provinsi DKI Jakarta dengan menggunakan kategori *non probability* dengan jenis *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Rumus Lemeshow digunakan untuk menghitung sampel karena jumlah penduduk di Provinsi DKI Jakarta yang menggunakan sosial media LinkedIn tidak diketahui secara pasti. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner melalui alat google form secara *online*. Adapun hasil penelitian berdasarkan analisa data Smart PLS 4.0 menyimpulkan bahwa *Personal Branding* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Efektivitas, *Personal Skill* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Efektivitas, *Knowledge Sharing* memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Efektivitas, *Knowledge Sharing* mampu menjadi variabel moderasi bagi pengaruh *Personal Branding* terhadap Efektivitas dan *Knowledge Sharing* mampu menjadi variabel moderasi bagi pengaruh *Personal Skill* terhadap Efektivitas.

Kata Kunci : *Personal Branding*, *Personal Skill*, Efektivitas, *Knowledge Sharing*