



**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DAN *PERSONAL SKILL* DENGAN
KNOWLEDGE SHARING SEBAGAI VARIABEL MODERASI
TERHADAP EFEKTIVITAS SOSIAL MEDIA LINKEDIN
DI PROVINSI DKI JAKARTA**

TESIS

RAHMAT MUSTAKIM 2110121012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

Rahmat Mustakim
2110121012

**Pengaruh *Personal Branding* Dan *Personal Skill* Dengan
Knowledge Sharing Sebagai Variabel Moderasi
Terhadap Efektivitas Sosial Media LinkedIn
Di Provinsi Dki Jakarta**



Magister Manajemen
FEB UPNVJ
2023



**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DAN *PERSONAL SKILL* DENGAN
KNOWLEDGE SHARING SEBAGAI VARIABEL MODERASI
TERHADAP EFEKTIVITAS SOSIAL MEDIA LINKEDIN
DI PROVINSI DKI JAKARTA**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister
Manajemen**

RAHMAT MUSTAKIM 2110121012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rahmat Mustakim

NIM : 2110121012

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 14 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Rahmat Mustakim)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI

Sebagai civitas academia Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahmat Mustakim

NIM : 2110121012

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Magister Manajemen

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tesis saya yang berjudul :

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Rahmat Mustakim)

HALAMAN PENGESAHAN

TESIS

PENGARUH PERSONAL BRANDING DAN PERSONAL SKILL
DENGAN KNOWLEDGE SHARING SEBAGAI VARIABEL
MODERASI TERHADAP EFEKTIVITAS SOSIAL MEDIA
LINKEDIN DI PROVINSI DKI JAKARTA

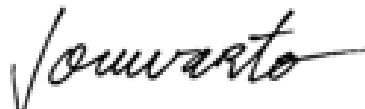
Dipersiapkan dan disusun oleh :

RAHMAT MUSTAKIM 2110121012

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 03 Juli 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Mahendro Sumardjo, M.M., QIA., CSFA
Ketua Penguji



Prof. Dr. F.X. Suwanto, Drs., M.S.
Pembimbing I



Dr. Faisal Marzuki, MPd., CHCP
Pembimbing II



Dr. Jubaidah, S.E., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., MM
Ketua Jurusan Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 11 Juli 2023

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*

PRAKATA

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Pengaruh *Personal Branding* dan *Personal Skill* dengan *Knowledge Sharing* Sebagai Variabel Moderasi terhadap Efektivitas Sosial Media LinkedIn di Provinsi DKI Jakarta”**. Adapun tesis ini disusun sebagai tanggung jawab sebagai mahasiswa untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen Program Magister di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Prof.Dr.FX.Suwarto,Drs.M.S. selaku Dosen Pembimbing I dan Dr. Faisal Marzuki, M.Pd., CHCP selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak saran, kritik dan segala arahan yang sangat bermanfaat. Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada istri tercinta dan calon buah hati yang masih dalam kandungan, serta segenap keluarga yang memberi dukungan. Tak luput juga kepada rekan-rekan Magister Manajemen angkatan 2021 atas supportnya selama penulis berkuliah dan mengerjakan penelitian ini. Terakhir, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh responden yang telah membantu dalam penelitian ini.

Jakarta, 1 Juni 2023



RAHMAT MUSTAKIM

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	I
HALAMAN JUDUL	II
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	III
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	IV
HALAMAN PENGESAHAN	V
<i>ABSTRACK</i>	VI
ABSTRAK	VII
<i>ABSTRACK</i>	VII
ABSTRAK	VIII
PRAKATA	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	12
I.3 Tujuan Penelitian	12
I.4 Manfaat Penelitian	13
I.4.1 Manfaat Teoritis	13
I.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
II.1 Landasan Teori	15
II.1.1 Pengertian Sosial Media LinkedIn	15
II.1.2 Efektivitas	19
II.1.3 <i>Personal Branding</i>	24
II.1.4 <i>Personal Skill</i>	27
II.1.5 Berbagi Pengetahuan (<i>Knowledge Sharing</i>).....	31

II.2 Penelitian yang Relevan	33
II.3 Model Penelitian.....	48
II.4 Hipotesis.....	49
II.4.1 Pengaruh <i>Personal Branding</i> terhadap Efektivitas Sosial Media LinkedIn.....	49
II.4.2 Pengaruh <i>Personal Skill</i> terhadap Efektivitas Sosial Media LinkedIn	50
II.4.3 Pengaruh <i>Knowledge Sharing</i> terhadap Efektivitas Sosial Media LinkedIn.....	51
II.4.4 Peran <i>Knowledge Sharing</i> dalam Memoderasi Pengaruh <i>Personal Branding</i> terhadap Efektivitas Sosial Media LinkedIn	52
II.4.5 Peran <i>Knowledge Sharing</i> dalam Memoderasi Pengaruh <i>Personal Skill</i> terhadap Efektivitas Sosial Media LinkedIn.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	54
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	54
III.1.1 Definisi Operasional	54
III.1.2 Pengukuran Variabel	57
III.2 Populasi dan Sampel	58
III.2.1 Populasi.....	58
III.2.2 Sampel.....	59
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	60
III.3.1 Jenis Data	60
III.3.2 Sumber Data.....	60
III.3.3 Pengumpulan Data	61
III.4 Teknik Analisis Data	62
III.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	62
III.4.2 Analisis Statistik Inferensial	63
III.4.3 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	63
III.4.4 Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	64
III.4.5 Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i>	65
III.4.6 Konstruksi Diagram Jalur	65
III.4.7 Estimasi Weight, Koefisien Jalur, Loading.....	66

III.4.8 <i>Evaluasi Goodness of Fit</i>	66
III.4.9 Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	68
IV.1.1 Gambaran Umum Sosial Media LinkedIn	68
IV.2 Analisis Deskriptif	69
IV.2.1 Deskripsi Data Responden	69
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif	72
IV.2.2.1 Variabel Penelitian Efektivitas (Y).....	73
IV.2.2.2 Variabel Penelitian <i>Personal Branding</i> (X1).....	74
IV.2.2.3 Variabel Penelitian <i>Personal Skill</i> (X2).....	75
IV.2.2.4 Variabel Penelitian <i>Knowledge Sharing</i> (Z).....	75
IV.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis	76
IV.3.1 Uji Validitas Konvergen	76
IV.3.2 Uji Validitas Diskriminan	79
IV.3.3 Uji Composite Reliability	80
IV.3.4 Uji Cronbach's Alpha.....	81
IV.3.5 Analisis Struktural Model (Inner Model).....	81
IV.3.6 Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	82
IV.3.7 Uji t-Statistik	83
IV.3.8 Uji Hipotesis	85
IV.4 Pembahasan	88
IV.4.1 Hipotesis 1 : <i>Personal Branding</i> berpengaruh signifikan terhadap Efektivitas	88
IV.4.2 Hipotesis 2 : <i>Personal Skill</i> berpengaruh signifikan terhadap Efektivitas	89
IV.4.3 Hipotesis 3 : <i>Knowledge Sharing</i> berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Efektivitas.....	90
IV.4.4 Hipotesis 4 : <i>Knowledge Sharing</i> mampu menjadi variabel moderasi bagi pengaruh <i>Personal Branding</i> terhadap Efektivitas	91

IV.4.5 Hipotesis 5 : <i>Knowledge Sharing</i> mampu menjadi variabel moderasi bagi pengaruh <i>Personal Skill</i> terhadap Efektivitas.....	92
BAB V PENUTUP	93
V.1 Kesimpulan	93
V.2 Implikasi Manajerial	94
V.3 Keterbatasan Penelitian.....	94
V.4 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	99
RIWAYAT HDUP.....	103
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Topik FGD Mengenai LinkedIn yang Sering Didiskusikan	7
Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Skala Likert	59
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Pengukuran Variabel	60
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai Persentase Responden	65
Tabel 4.1 Kategori Berdasarkan Nilai Interval	75
Tabel 4.2 Nilai Rata-Rata Variabel Efektivitas (Y)	76
Tabel 4.3 Nilai Rata-Rata Variabel <i>Personal Branding</i> (X1)	76
Tabel 4.4 Nilai Rata-Rata Variabel <i>Personal Skill</i> (Y)	77
Tabel 4.5 Nilai Rata-Rata Variabel <i>Knowledge Sharing</i> (Y)	78
Tabel 4.6 <i>Loading Factor</i>	80
Tabel 4.7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	81
Tabel 4.8 Hasil <i>Output Fornell-Larcker Criterion</i>	82
Tabel 4.9 Hasil <i>Output Composite Reliability</i>	83
Tabel 4.10 Hasil <i>Output Cronbach's Alpha</i>	83
Tabel 4.11 Hasil <i>Output Uji R-Square</i>	84
Tabel 4.12 Hasil <i>Output Koefisien Jalur (Path Coefficient)</i>	84
Tabel 4.13 Hasil <i>Output Uji t-Statistik</i>	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)	2
Gambar 1.2 Data Pengguna LinkedIn di Indonesia.....	5
Gambar 1.3 Program Literasi Digital Kominfo	9
Gambar 1.4 Survey Penetrasi Internet Berdasarkan Provinsi, APJII (2022)	11
Gambar 2.1 Konsep 3K dalam <i>Personal Branding</i>	26
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	49
Gambar 4.1 Grafik Data Responden Berdasarkan Usia.....	71
Gambar 4.2 Grafik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Gambar 4.3 Grafik Data Responden Berdasarkan Wilayah	72
Gambar 4.4 Grafik Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	73
Gambar 4.5 Grafik Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Gambar 4.6 Outer Model Penelitian	79
Gambar 4.7 Bootstrapping.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (<i>Google Form</i>).....	103
Lampiran 2. Deskripsi Data Responden	108
Lampiran 3. Deskripsi Data Penelitian.....	109
Lampiran 4. Hasil Olah Data PLS	111