



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL LINKEDIN, *PERSONAL
BRANDING*, DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP *EMPLOYABILITY*
GENERASI Z DI JAKARTA**

Proposal Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Aisyah Nurul Fitri

NIM: 2210411094



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA

2026



**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL LINKEDIN, PERSONAL
BRANDING, DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP
EMPLOYABILITY GENERASI Z DI JAKARTA**

SKRIPSI

AISYAH NURUL FITRI

2210411094

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Aisyah Nurul Fitri

NIM : 2210411094

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 26 Juni 2026

Yang menyatakan,



(Aisyah Nurul Fitri)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aisyah Nurul Fitri
NIM : 2210411094
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL LINKEDIN, *PERSONAL BRANDING*, DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP *EMPLOYABILITY* GENERASI Z DI JAKARTA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi 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 : 26 Juni 2026

Yang menyatakan,



(Aisyah Nurul Fitri)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Aisyah Nurul Fitri
NIM : 2210411094
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Penggunaan Media Sosial LinkedIn, *Personal Branding*, dan Literasi Digital Terhadap *Employability* Generasi Z di Jakarta

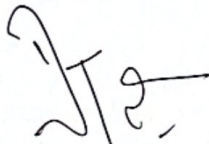
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dr. Drina Intyaswati, M.Si)

Penguji 1



(Dr. Damayanti, S.Sos, M.Si)

Penguji 2



(Zayyin Abdul Q., S.Pd, M.I.Kom)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal Ujian: Rabu, 15 Juli 2026

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL LINKEDIN,
PERSONAL BRANDING, DAN LITERASI DIGITAL
TERHADAP *EMPLOYABILITY* GENERASI Z DI JAKARTA**

AISYAH NURUL FITRI

ABSTRAK

Indonesia memiliki penduduk yang dimana 27,94% diantaranya dinyatakan sebagai Generasi Z. Generasi Z seringkali dikaitkan dengan generasi yang akan membangun Indonesia dengan harapan yang lebih baik dan dengan memilih untuk mendapatkan gelar sarjana adalah salah satu cara yang dipilih oleh gen Z. Namun faktanya masih banyak sarjana yang masih saja menganggur. Melihat hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan linkedin (X1), *Personal branding* (X2), dan literasi digital (X3) terhadap *employability* (Y) Generasi Z di Jakarta. Teori *Uses and gratification* adalah teori yang digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui LinkedIn. Populasi penelitian adalah pengguna linkedin dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 400 responden. Hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa penggunaan linkedin, *Personal branding* dan literasi digital masing-masing memiliki hasil yang positif dan signifikan terhadap *employability* generasi Z di Jakarta, dengan besaran pengaruh penggunaan linkedin (0.064), *Personal branding* (0.440) dan literasi digital (0.503). Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kontribusi penggunaan linkedin, *Personal branding*, dan literasi digital terhadap *employability* generasi Z di Jakarta sebesar 98.5%.

Kata Kunci: Penggunaan LinkedIn, *Personal branding*, Literasi Digital, *Employability*, Generasi Z

**THE EFFECT OF LINKEDIN SOCIAL MEDIA USE,
PERSONAL BRANDING, AND DIGITAL LITERACY ON
EMPLOYABILITY GENERATION Z IN JAKARTA**

AISYAH NURUL FITRI

ABSTRACT

Indonesia has a population of which 27.94% are classified as Generation Z. Generation Z is often associated with the generation that will build a better future for Indonesia, and pursuing a bachelor's degree is one of the paths chosen by Gen Z. However, the reality is that many college graduates remain unemployed. In light of this, this study aims to determine how the use of LinkedIn (X1), Personal branding (X2), and digital literacy (X3) influence the employability (Y) of Generation Z in Jakarta. The Uses and gratifications theory serves as the theoretical framework for this study. A quantitative research method was employed. The sampling technique utilized purposive sampling, with questionnaires distributed via LinkedIn. The study population consisted of LinkedIn users, and a sample of 400 respondents was obtained. The results of the multiple linear regression analysis indicate that the use of LinkedIn, Personal branding, and digital literacy each have a positive and significant effect on the employability of Generation Z in Jakarta, with the magnitude of the effect being 0.064 for LinkedIn use, 0.440 for Personal branding, and 0.503 for digital literacy. The coefficient of determination indicates that the combined contribution of LinkedIn usage, Personal branding, and digital literacy to Generation Z's employability in Jakarta is 98.5%.

Keywords: *Linkedin Use, Personal branding, Digital Literacy, Employability, Generation Z*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial LinkedIn, *Personal branding*, dan Literasi Digital Terhadap *Employability* Generasi Z di Jakarta”. Adapun penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, partisipasi, dan dukungan yang luar biasa dari keluarga, teman-teman, serta kerabat hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala hormat peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Papa Discoriandi dan Mama Yanty Arianty yang selalu menjadi penyemangat peneliti sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada peneliti. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan peneliti.
2. Kakak saya Alifa Maulida Nurulita yang selalu memberikan doa dan dukungan luar biasa kepada peneliti dalam proses menyusun skripsi ini.
3. Bapak Dr. Bakti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Ibu Dr. Drina Intyaswati M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan penuh kesabaran meluangkan waktu, memberikan arahan, serta masukan berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Damayanti, S.Sos, M.Si. selaku Dosen Penguji 1 yang dengan tulus menyampaikan masukan yang berharga sepanjang proses penyusunan skripsi ini.

7. Bapak Zayyin Abdul Quddus, S.Pd, M.I.Kom selaku Dosen Penguji 2 yang dengan tulus menyampaikan masukan yang berharga sepanjang proses penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Luqman Hakim, M, Hum selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dengan penuh perhatian telah memberikan dukungan serta motivasi selama masa perkuliahan.
9. Millatul Fitri dan Aurelia Aisyah sebagai sahabat terdekat dari masa SMP yang selalu siap sedia untuk mendengarkan segala keluhan, memberikan semangat, membantu, menghibur serta menemani peneliti dalam proses menyusun skripsi ini.
10. Alfrida Amelia dan Narifa Alifia sebagai teman terdekat dari masa SMA yang senantiasa memberikan semangat dan membantu peneliti.
11. Azmalita, Clara, Ghaita, Nadya, Najwa, Arya, Arkan, dan Irvan sebagai teman semasa perkuliahan peneliti sejak awal hingga akhir. Terima kasih telah hadir untuk memberikan keceriaan, hiburan, semangat, dan membawa kenangan indah bagi peneliti.
12. Teman-teman seangkatan Ilmu Komunikasi 2022 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih sudah berjuang bersama dan saling membantu dari awal perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.
13. Yang terakhir, Terima kasih untuk diri saya sendiri, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa dibilang tidak mudah. Ini merupakan pencapaian yang patut diapresiasi untuk diri sendiri.

Jakarta, 26 Juni 2026



Aisyah Nurul Fitri

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep Penelitian	11
2.1.1 <i>Employability</i>	11

2.1.2	Penggunaan Media Sosial LinkedIn	12
2.1.3	<i>Personal branding</i>	13
2.1.4	Literasi Digital.....	13
2.2	Teori Penelitian	14
2.3	Kerangka Berpikir	16
2.4	Hipotesis	17
BAB III.....		18
METODE PENELITIAN.....		18
3.1	Objek penelitian	18
3.2	Jenis Penelitian.....	18
3.3	Populasi dan Sampel.....	19
3.3.1	Populasi.....	19
3.3.2	Sampel	19
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	21
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6	Sumber Data.....	28
3.7	Metode Analisis.....	28
3.7.1	Uji Validitas	28
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	30
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda	32
3.7.5	Uji F	32
3.7.6	Koefisiensi Determinasi	32
3.7.7	Uji Hipotesis.....	33
3.8	Pengujian Asumsi Dasar Analisis	33
3.9	Tabel Rencana Penelitian.....	40

BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Deskripsi Data	41
4.1.2 Karakteristik Responden.....	41
4.1.3 Analisis Pernyataan Variabel	43
4.1.4 Uji Asumsi Klasik Regresi.....	67
4.1.5 Uji F	70
4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.1.7 Uji Hipotesis.....	72
4.1.8 Koefiensi Determinasi	75
4.2 Pembahasan.....	75
4.2.1 Pengaruh Penggunaan LinkedIn Terhadap <i>Employability</i> Generasi Z di Jakarta	77
4.2.2 Pengaruh <i>Personal branding</i> Terhadap <i>Employability</i> Generasi Z di Jakarta	79
4.2.3 Pengaruh Literasi Digital Terhadap <i>Employability</i> Generasi Z di Jakarta	82
4.2.4 Interaksi Antara Penggunaan LinkedIn, <i>Personal branding</i> , dan Literasi Digital terhadap <i>Employability</i> Generasi Z di Jakarta	84
BAB V.....	87
SIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Praktis.....	87
5.2.2 Saran Teoritis	88
DAFTAR PUSTAKA	90

LAMPIRAN	97
----------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Populasi Generasi Z di Indonesia	1
Gambar 1.2 Data Tujuan Generasi Z Berkuliah.....	2
Gambar 1.3 Data Jumlah Sarjana Pengangguran di Indonesia	2
Gambar 1.4 Data Penggunaan LinkedIn	3
Gambar 1.5 Data Penggunaan LinkedIn Berdasarkan Usia	5

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	27
Tabel 3.2 Rentang Nilai Pada KMO	29
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Pada Nilai Cronbach's Alpha	30
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel.....	34
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas	34
Tabel 3.6 Hasil Uji Measure of Sampling Adequacy (MSA)	35
Tabel 3.7 Nilai Komunalitas	37
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan LinkedIn (X1)	38
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Personal branding (X2)	39
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Literasi Digital (X3).....	39
Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Employability Generasi Z (Y)	40
Tabel 3.12 Rencana Penelitian	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden (N=400).....	42
Tabel 4.2 Golongan Usia Responden (N=400)	42
Tabel 4.3 Status Responden (N=400)	43
Tabel 4.4 Tanggapan Pernyataan 1	44
Tabel 4.5 Tanggapan Pernyataan 2	45
Tabel 4.6 Tanggapan Pernyataan 3.....	45
Tabel 4.7 Tanggapan Pernyataan 4.....	46
Tabel 4.8 Tanggapan Pernyataan 5.....	46
Tabel 4.9 Tanggapan Pernyataan 6.....	47
Tabel 4.10 Tanggapan Pernyataan 7	47
Tabel 4.11 Tanggapan Pernyataan 1	48
Tabel 4.12 Tanggapan Pernyataan 2	49
Tabel 4.13 Tanggapan Pernyataan 3	49
Tabel 4.14 Tanggapan Pernyataan 4	50
Tabel 4.15 Tanggapan Pernyataan 5	50
Tabel 4.16 Tanggapan Pernyataan 6	51
Tabel 4.17 Tanggapan Pernyataan 7	51
Tabel 4.18 Tanggapan Pernyataan 8	52

Tabel 4.19 Tanggapan Pernyataan 9	52
Tabel 4.20 Tanggapan Pernyataan 10	53
Tabel 4.21 Tanggapan Pernyataan 11	53
Tabel 4.22 Tanggapan Pernyataan 1	54
Tabel 4.23 Tanggapan Pernyataan 2	54
Tabel 4.24 Tanggapan Pernyataan 3	55
Tabel 4.25 Tanggapan Pernyataan 4	55
Tabel 4.26 Tanggapan Pernyataan 5	56
Tabel 4.27 Tanggapan Pernyataan 6	56
Tabel 4.28 Tanggapan Pernyataan 7	57
Tabel 4.29 Tanggapan Pernyataan 8	57
Tabel 4.30 Tanggapan Pernyataan 1	58
Tabel 4.31 Tanggapan Pernyataan 2	59
Tabel 4.32 Tanggapan Pernyataan 3	59
Tabel 4.33 Tanggapan Pernyataan 4	60
Tabel 4.34 Tanggapan Pernyataan 5	60
Tabel 4.35 Tanggapan Pernyataan 6	61
Tabel 4.36 Tanggapan Pernyataan 7	61
Tabel 4.37 Tanggapan Pernyataan 8	62
Tabel 4.38 Tanggapan Pernyataan 9	62
Tabel 4.39 Tanggapan Pernyataan 10	63
Tabel 4.40 Tanggapan Pernyataan 11	63
Tabel 4.41 Tanggapan Pernyataan 12	64
Tabel 4.42 Tanggapan Pernyataan 13	64
Tabel 4.43 Tanggapan Pernyataan 14	65
Tabel 4.44 Tanggapan Pernyataan 15	65
Tabel 4.45 Tanggapan Pernyataan 16	66
Tabel 4.46 Tanggapan Pernyataan 17	66
Tabel 4.47 Tanggapan Pernyataan 18	67
Tabel 4.48 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.49 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.50 Hasil Uji Heteroskedasitas	70

Tabel 4.51 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4.52 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4.53 Hasil Uji Hipotesis	73
Tabel 4.54 Hasil Uji Koefiensi Determinasi	75
Tabel 4.55 Tabulasi Variabel X1.....	78
Tabel 4.56 Tabulasi Variabel X2.....	81
Tabel 4.57 Tabulasi Variabel X3.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi.....	97
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	97
Lampiran 3. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	98
Lampiran 4. Lembar Perbaikan Hasil Sidang Seminar Proposal	98
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 6. Data Variabel X1	105
Lampiran 7. Data Variabel X2	106
Lampiran 8. Data Variabel X3	107
Lampiran 9. Data Variabel Y	108
Lampiran 10. Dokumentasi	109
Lampiran 11. Hasil Uji Analisis	110
Lampiran 12. Hasil Cek Turnitin.....	113