

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini, proses rekrutmen mengalami transformasi besar yang mengubah cara organisasi untuk menemukan serta menilai para kandidat. Pergerakan yang terjadi dari metode konvensional, seperti pengumpulan berkas fisik, wawancara langsung, hingga *job fair*, kini beralih menuju *digital hiring*. Alwy (2022) menegaskan bahwa digitalisasi kini telah menjadi katalis utama perubahan dalam manajemen sumber daya manusia, di mana perusahaan lebih mengutamakan kecepatan, efisiensi, dan juga penggunaan data dalam setiap proses rekrutmen. Sehingga, transformasi ini menciptakan standar baru dalam penilaian kesiapan kerja yang dimiliki setiap individu di era digital.

Sejalan dengan hal tersebut, Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia (2023) menyatakan bahwa pemerintah berkomitmen untuk meningkatkan kualitas dan juga daya saing sumber daya manusia yang cerdas, sehat, adaptif, inovatif, berkarakter, serta terampil. Komitmen tersebut sejalan dengan kebutuhan dunia kerja saat ini mengutamakan calon tenaga kerja memiliki keterampilan yang baik dari berbagai aspek, bukan hanya pada aspek akademik semata. Sehingga, menunjukkan bahwa kesiapan kerja individu untuk memasuki dunia kerja tidak lagi hanya ditentukan oleh ijazah saja, melainkan bagaimana individu dapat mengkombinasi, citra profesional (*personal branding*), kemampuan (*ability*), dan juga kepercayaan diri (*self-*

confidence) yang kuat. Fenomena tersebut semakin relevan bagi generasi muda, khususnya generasi Z, yang dituntut untuk memiliki kualitas diri yang komprehensif dan sesuai dengan kebutuhan industri.

Generasi Z (lahir 1997–2012) dikenal sebagai *digital natives* dan memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan media digital. Fadillah et al., (2022) menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki ketergantungan tinggi pada media digital dan memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam membentuk identitas dan mengekspresikan diri secara *online*.

Dalam konteks tersebut, LinkedIn menjadi salah satu platform penting dalam dunia profesional modern. LinkedIn merupakan media sosial berbasis karier yang dirancang sebagai alat bantu individu dalam memperkuat citra diri dan membangun jaringan profesional. Berdasarkan data *website* Dataportal oleh Kemp (2025), menunjukkan bahwa Indonesia tercatat memiliki lebih dari 33 juta pengguna aktif pada awal tahun 2025. Sehingga, dengan cakupan penggunaan yang luas, menunjukkan LinkedIn tidak hanya berfungsi sebagai media *personal branding*, tetapi juga menjadi rujukan utama perusahaan dalam menilai pengalaman, keaktifan, dan juga kredibilitas para kandidat sebelum memasuki tahap seleksi lebih lanjut. Sejalan dengan itu, data *website* Waalaxy (2025), menyatakan 79% perekrut menggunakan media sosial LinkedIn untuk membantu pencarian kandidat (Putri et al., 2025).

Meskipun demikian, banyaknya generasi muda, khususnya Generasi Z yang masih belum mampu mengaplikasikan LinkedIn dengan baik untuk membantu menampilkan profil profesional mereka secara optimal. Hal tersebut

diperkuat dalam penelitian Putri et al. (2023), yang telah melakukan pra-riset terhadap 17 responden, menemukan bahwa meskipun Generasi Z memahami fungsi LinkedIn sebagai platform profesional, pemanfaatannya masih terbatas pada kepemilikan akun tanpa pengelolaan profil yang konsisten. Temuan ini menunjukkan pengetahuan yang dimiliki belum diikuti dengan praktik penggunaan yang efektif. Sehingga, memberikan dampak terhadap tampilan profil yang tidak mencerminkan profesional mereka secara maksimal. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara aktivitas digital Generasi Z dengan kesiapan kerja yang dimiliki.

Meskipun Generasi Z dikenal dekat dengan teknologi digital, berbagai penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesiapan kerja mereka masih tergolong rendah. Julianti et al. (2025) menemukan bahwa 46,8% mahasiswa tingkat akhir belum memiliki kesiapan kerja yang memadai akibat minimnya pengalaman praktis dan rendahnya kepercayaan diri. Sejalan dengan itu, Putri et al. (2025) mengungkapkan adanya kesenjangan antara persepsi mahasiswa dan ekspektasi pemberi kerja, terutama pada aspek soft skills seperti tanggung jawab, disiplin, dan kesiapan menerima arahan. Rahman et al. (2025) juga menegaskan bahwa banyak generasi muda masih mengalami kesulitan beradaptasi dengan lingkungan kerja profesional serta kurang terbuka terhadap masukan. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa kesiapan kerja Generasi Z masih menghadapi berbagai permasalahan nyata, baik dari aspek sikap kerja, kepercayaan diri, maupun kemampuan menyesuaikan diri dengan

tuntutan dunia kerja, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji faktor-faktor yang dapat meningkatkan kesiapan kerja mereka.

Kesiapan kerja sendiri mencerminkan sejauh mana individu memiliki keterampilan teknis kerja, kematangan sikap kerja, serta kemampuan interpersonal untuk beradaptasi di lingkungan profesional. Caballero et al., (2011) dalam Azky dan Mulyana, (2024), menegaskan bahwa kesiapan kerja merupakan gabungan sikap dan karakteristik individu dalam menghadapi tuntutan kerja. Selanjutnya, berbagai penelitian menunjukkan bahwa kesiapan kerja Generasi Z masih belum optimal, terutama pada aspek pemahaman terhadap dunia kerja dan sikap profesional. Putri et al. (2025) menemukan adanya kesenjangan antara persepsi mahasiswa dan ekspektasi pemberi kerja, khususnya pada *soft skills* seperti tanggung jawab, disiplin, dan kesiapan menerima arahan. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman Generasi Z mengenai standar kerja profesional masih tergolong rendah.

Selain pemahaman, tanggung jawab dan sikap dalam menghadapi lingkungan kerja juga menjadi aspek penting. Rahman et al., (2025) menyebutkan bahwa kesiapan kerja generasi muda dipengaruhi kemampuan menerima arahan, menyesuaikan diri dengan lingkungan, dan terbuka terhadap masukan. Generasi Z yang masih tidak mudah menerima masukan, kesulitan beradaptasi, dan berdampak pada kesiapan kerjanya yang relatif rendah.

Serta, pada mahasiswa tingkat akhir di salah satu universitas di Indonesia menunjukkan 46,8% responden belum memiliki kesiapan kerja, karena kurangnya pengalaman praktis dan juga kepercayaan diri (Julianti et al., 2025).

Dengan demikian, kesiapan kerja Generasi Z masih menghadapi kendala pada pemahaman kerja, tanggung jawab terhadap tugas, dan kemampuan menyesuaikan diri di lingkungan profesional. Kondisi ini menunjukkan perlunya analisis mendalam untuk memahami sejauh mana mahasiswa siap menghadapi dunia kerja.

Fenomena kesiapan kerja tersebut menjadi semakin kompleks untuk para Generasi Z yang tumbuh di era digital. Seperti, mahasiswa tingkat akhir Universitas Negeri Jakarta menunjukkan bahwa tingkat kesiapan kerja mereka belum sepenuhnya merata. Berdasarkan *pra-riset* yang peneliti lakukan kepada 7 mahasiswa Rumpun Manajemen angkatan 2022, ditemukan beberapa aspek penting yang membentuk kesiapan kerja masih berada pada kategori sedang.

Tabel 1. 1 Hasil Pra-Riset Mahasiswa Manajemen Angkatan 2022

No	Variabel	Pernyataan	Presentase %	
			Ya	Tidak
1.		Saya merasa cukup siap untuk memasuki dunia kerja setelah menyelesaikan pendidikan.	33,3%	66,7%
2.	Kesiapan Kerja	Saya menilai bahwa pengetahuan yang saya miliki telah memadai, meskipun pengalaman kerja saya masih terbatas.	33,3%	66,7%
3.		Saya merasa masih memerlukan penyesuaian apabila harus bekerja di lingkungan profesional.	66,7%	33,3%
4.		Personal Branding	Saya memiliki akun LinkedIn, namun belum sepenuhnya yakin bahwa profil tersebut telah mencerminkan citra profesional diri saya.	66,7%
5.		Saya memandang LinkedIn sebagai media yang penting, tetapi pemanfaatannya belum dilakukan secara optimal.	66,7%	33,3%
6.		Saya merasa belum mampu menampilkan keunggulan diri secara profesional melalui LinkedIn.	50%	50%
7.	Work Ability	Saya merasa cukup mampu melaksanakan tugas kerja sesuai bidang saya, meskipun masih memerlukan arahan atau bimbingan.	50%	50%
8.		Saya merasa belum sepenuhnya siap dalam menghadapi tekanan dan tuntutan kerja.	66,7%	33,3%
9.		Saya menilai bahwa kemampuan beradaptasi saya terhadap lingkungan kerja yang baru masih perlu	66,7%	33,3%

	ditingkatkan.		
10.	Saya merasa percaya diri dalam situasi tertentu, namun masih mengalami keraguan dalam menghadapi proses rekrutmen kerja.	50%	50%
	<i>Self-Confidence</i>		
11.	Saya merasa mampu bersaing di dunia kerja, tetapi belum sepenuhnya yakin terhadap keunggulan diri yang saya miliki.	83,3%	16,7%
12.	Saya kadang merasa percaya diri, namun masih ragu untuk menampilkan kemampuan diri secara terbuka.	50%	50%

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan data, kesiapan kerja responden masih tergolong belum optimal. Sebanyak 66,7% merasa belum siap memasuki dunia kerja, menilai pengetahuan belum memadai, dan membutuhkan penyesuaian di lingkungan profesional, menunjukkan kesenjangan antara akademik dan dunia kerja. Pada aspek *personal branding*, 66,7% memiliki akun LinkedIn, namun belum yakin profilnya mencerminkan citra profesional. Meski menilai LinkedIn penting, 50% merasa belum mampu menampilkan keunggulan diri secara profesional. Dalam aspek *work ability*, 50% merasa cukup mampu melaksanakan tugas dengan arahan, tetapi 66,7% belum siap menghadapi tekanan dan menilai kemampuan adaptasi mereka masih perlu ditingkatkan. Aspek *self-confidence* menunjukkan kondisi fluktuatif: 50% percaya diri namun ragu menghadapi rekrutmen, dan 83,3% mampu bersaing di dunia kerja namun belum yakin terhadap keunggulan diri. Temuan ini menunjukkan mahasiswa angkatan 2022 Universitas Negeri Jakarta, masih perlu penguatan pada *personal branding*, *ability*, dan *self-confidence* agar lebih siap memasuki dunia kerja. Dengan demikian, kesiapan kerja saat ini dapat diukur dari sejauh mana para kandidat dapat menggabungkan pengembangan *personal branding*, *work ability*, dan

self-confidence berjalan secara berdampingan untuk menghasilkan kemampuan adaptif di ranah kerja.

Diperkuat oleh penelitian terdahulu, *Personal Branding* menjadi salah satu faktor utama yang berpengaruh terhadap kesiapan kerja. Menurut Afrilia (2018) dalam Kadiyono et al., (2020), *Personal branding* ialah sesuatu yang dapat dilakukan oleh setiap individu, yang menjadi aspek penting dalam upaya pengembangan diri untuk meningkatkan nilai dan daya tarik diri seseorang. Menurut Ari Wibowo & Elistya Rimawati (2024), *personal branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja mahasiswa. Selain itu, menurut Widiawati et al., (2025) *personal branding* berpengaruh positif terhadap kesiapan kerja. Di era digitalisasi, *personal branding* yang kuat tidaklah muncul secara langsung ataupun instan. tetapi melalui representasi diri yang mereka lakukan di media sosial profesional. Pada penelitian yang dilakukan oleh Saragih dan Cristian (2025) dalam Moneter Jurnal Keuangan dan Perbankan, dijelaskan persepsi dari kemanfaatan dan kemudahan penggunaan LinkedIn secara signifikan dapat meningkatkan keyakinan seseorang, yang kemudian memberikan pengaruh kuat pada pembentukan *personal branding* individu Generasi Z. Sehingga, fenomena tersebut telah dikuatkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Dini dan Nurhasan (2025), menunjukkan *personal branding* telah menyumbang sekitar 20,2% pengaruh terhadap kesiapan kerja. Serta, *personal branding* di dalam sosial media LinkedIn memberikan tambahan pengaruh sekitar 31,9% pada kesiapan kerja saat ini. Lebih lanjut, Rahmawati dan Wijaya (2024) juga menjelaskan Generasi Z menggunakan

LinkedIn sebagai sarana utama nya dalam membangun *personal branding* agar lebih kompeten di dunia kerja.

Namun, meskipun Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang paling dekat dengan teknologi digital, berbagai penelitian menunjukkan bahwa mereka belum sepenuhnya mampu memanfaatkan platform profesional seperti LinkedIn secara optimal. Setiawan et al. (2025) menemukan bahwa banyak pengguna LinkedIn dari kalangan Generasi Z membangun identitas *digital* bukan terutama untuk menunjukkan profesionalitas, melainkan untuk membandingkan diri dengan pengguna lain. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan mereka dalam menampilkan identitas profesional dan membangun citra diri yang kredibel di LinkedIn belum sepenuhnya berkembang secara optimal. Kondisi tersebut diperkuat oleh temuan Rahayu et al., (2024), yang mengungkapkan bahwa sebagian besar Generasi Z di Indonesia belum memiliki konsistensi dalam menyusun portofolio digital, belum percaya diri dalam menunjukkan kompetensi yang dimiliki (*self-confidence*), serta belum memahami strategi branding yang relevan dengan kebutuhan industri modern. Akibatnya, profil LinkedIn mereka belum mampu mencerminkan kesiapan kerja secara maksimal. Oleh karena itu, *personal branding* di media sosial LinkedIn bertujuan sebagai jembatan yang menghubungkan kemampuan aktual yang dimiliki seseorang dengan persepsi profesional yang diinginkan perusahaan.

Faktor kedua yang berpengaruh terhadap kesiapan kerja adalah *work ability* atau kemampuan kerja. Menurut Sudarsono (2022), kemampuan kerja

tercermin dari sejauh mana individu mampu memahami bidang pekerjaan, menjalankan prosedur kerja sesuai standar operasional, serta menunjukkan sikap kerja seperti tanggung jawab, kerja sama, integritas, dan ketepatan waktu. Dengan demikian, *work ability* menjadi dasar penting bagi individu untuk dapat berfungsi secara efektif dalam lingkungan kerja dan memenuhi tuntutan dunia industri. Lebih lanjut, pada penelitian yang sama juga menunjukkan secara empiris, pengaruh *work ability* terhadap kesiapan kerja diperkuat oleh temuan kuantitatif dalam penelitian pengembangan *Work-Based Learning–Work Readiness (WBL-WoRe)*. Menunjukkan bahwa kemampuan kerja siswa mengalami peningkatan dengan nilai rata-rata kesiapan kerja sebesar 3,17 pada uji coba terbatas dan meningkat menjadi 3,70 pada uji coba diperluas, yang keduanya berada pada kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan *work ability* secara langsung berkontribusi pada peningkatan kesiapan kerja peserta didik. Sejalan dengan penelitian tersebut, menurut Magnavita et al., (2025), sikap kerja dan kondisi psikologis individu berpengaruh signifikan terhadap *work ability*. Individu dengan sikap kerja positif dan kesehatan mental yang baik memiliki kapasitas lebih tinggi dalam menghadapi tuntutan pekerjaan. Selain itu, dalam Sudarsono (2022) turut menunjukkan instrumen pengukuran kesiapan kerja yang merepresentasikan *work ability* terbukti memiliki tingkat keandalan yang tinggi, dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,876. Nilai tersebut menunjukkan bahwa aspek-aspek *work ability* yang diukur, seperti tanggung jawab, kerja sama, integritas, pengetahuan bidang kerja, proses kerja, dan ketepatan waktu, secara konsisten mampu menjelaskan kesiapan kerja individu. Secara digital, menurut Junipitoyo, et al.,

(2021), pemanfaatan *LinkedIn* sebagai alat pendorong mahasiswa untuk menampilkan kemampuan diri yang dimiliki dan membantu meningkatkan kesiapan memasuki dunia kerja. Pada kajian literatur internasional, kemampuan kerja sebagai inti dari kesiapan kerja, khususnya di era digital. Oleh karena itu, individu yang memiliki *work ability* yang baik akan lebih siap menghadapi tuntutan dunia kerja.

Namun, menurut beberapa penelitian dalam lima tahun terakhir, masih terdapat ketidakseimbangan antara tuntutan dunia kerja dan kemampuan kerja generasi muda. Penelitian oleh Sudarsono (2022) menunjukkan bahwa kesiapan kerja lulusan masih dipengaruhi oleh kemampuan kerja yang belum optimal, khususnya pada aspek pengetahuan bidang kerja, keterampilan proses kerja, dan sikap kerja. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun peserta didik telah memperoleh pembelajaran formal, kemampuan kerja yang dimiliki belum sepenuhnya memenuhi standar dunia industri. Sejalan dengan hal tersebut, menurut To Pham (2024), kesiapan kerja peserta didik juga menemukan bahwa kelemahan utama generasi muda dalam memasuki dunia kerja terletak pada aspek sikap kerja dan konsistensi dalam menjalankan proses kerja sesuai prosedur. Ketidaksiapan ini berdampak pada rendahnya daya serap lulusan oleh dunia kerja, sehingga kemampuan kerja menjadi faktor penting yang perlu diperkuat sejak masa pendidika.

Self-confidence menjadi faktor terakhir yang juga berpengaruh terhadap kesiapan kerja. Menurut Bandura (1997) dalam Mulyana et al., (2025), menyatakan *self-confidence* menjadi kesiapan ataupun keyakinan dari setiap

individu untuk dapat menampilkan setiap potensi atau kemampuan yang dimiliki secara efektif di hadapan orang lain. Fitriany et al. (2023) membuktikan *self-confidence* memiliki hubungan yang signifikan dan juga positif terhadap kesiapan kerja, dengan kontribusi yang lebih efektif sebesar 20%. Individu dengan tingkat *self-confidence* yang tinggi cenderung memiliki sikap optimis, dimana mereka dengan yakin mampu mengambil keputusan, dan juga berani untuk menunjukkan kemampuan diri yang dimiliki. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Hanifah dan Hakim (2022) *self-confidence* sendiri juga terbukti memberikan kontribusi nyata terhadap kesiapan kerja dengan sumbangan relatif sebesar 21,49%. Sehingga, sangat sejalan dengan penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa kepercayaan diri memiliki peran penting dalam mempersiapkan individu menghadapi dunia kerja. Kemudian, Syahlidi dan Amanda (2025) juga menyatakan *self-confidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *job readiness*, sehingga semakin tinggi kepercayaan diri individu, semakin tinggi pula kesiapan kerjanya.

Dalam konteks digital, *self-confidence* atau kepercayaan diri memiliki peran penting untuk membangun serta menentukan bagaimana setiap individu menampilkan dirinya di media profesional seperti LinkedIn. Penelitian Mustakim et al., (2023) menunjukkan bahwa hal nya kepercayaan diri memiliki pengaruh yang positif terhadap kesiapan individu dalam menghadapi dunia kerja. Sehingga, ketika individu memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi, akan berdampak baik dalam menunjukkan serta memperbarui profil maupun deskripsi diri yang lebih profesional di setiap perubahan yang ada. Sebaliknya,

ketika individu memiliki tingkat kepercayaan diri rendah cenderung pasif dalam memperbarui profil profesionalnya, sehingga menjadikan kurang menonjolnya potensi yang dimiliki. Selanjutnya, kepercayaan diri juga menjadi faktor yang sangat berpengaruh dalam membangun citra profesional seseorang di dalam media sosial profesional (Ristianti et al., 2025). Dengan demikian dapat disimpulkan, semakin tinggi tingkat kepercayaan diri yang dimiliki seseorang, semakin besar juga peluang untuk menampilkan pencapaian, pengalaman, serta kegiatan profesionalnya secara terbuka, yang pada akhirnya dapat memperkuat *personal branding* di dunia kerja.

Berdasarkan berbagai temuan diatas, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara *personal branding*, *work ability*, dan *self-confidence* secara teoritis memberikan pengaruh dalam membentuk kesiapan kerja seseorang, baik secara langsung maupun dalam sosial media. Namun, melalui data *pra-riset* menunjukkan bahwa tingkat penguasaan ketiga aspek tersebut masih tergolong rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun teori menegaskan pentingnya ketiga variabel tersebut terhadap kesiapan kerja, kemampuan yang benar-benar dimiliki mahasiswa saat ini belum berkembang secara optimal.

Lebih lanjut, penelitian ini memiliki kebaruan baik secara empiris maupun kontekstual. Secara empiris, penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena nyata yang peneliti amati mengenai kesiapan kerja mahasiswa tingkat akhir. Peneliti menemukan adanya kesenjangan antara kesiapan kerja yang seharusnya dimiliki seseorang dengan kemampuan membangun *personal branding*, *work ability*, dan *self-confidence*, khususnya melalui media

profesional seperti LinkedIn. Walaupun mahasiswa sudah memahami bahwa LinkedIn penting sebagai *platform* untuk mengembangkan citra profesional, pemanfaatannya masih belum secara maksimal. Profil yang ditampilkan belum sepenuhnya menggambarkan potensi dan kemampuan yang relevan di mata rekruter. Fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku digital generasi muda memiliki peran besar dalam mempengaruhi kesiapan kerja mereka, sehingga perlu dikaji lebih lanjut.

Dalam konteks penelitian, masih belum ditemukan penelitian terdahulu yang secara spesifik menggabungkan ketiga variabel ini dalam satu model *SEM-PLS* untuk menjelaskan kesiapan kerja generasi Z dengan fokus pada penggunaan LinkedIn. Penelitian ini dilakukan secara khusus pada Mahasiswa S1 Manajemen Tahun 2022 Universitas Negeri Jakarta yang memang aktif dan dekat dengan platform digital tersebut, tetapi belum memanfaatkannya maksimal sebagai sarana profesional.

Selain itu, urgensi penelitian ini semakin terlihat ketika dikaitkan dengan kondisi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang sedang mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. Saat ini perusahaan tidak hanya menilai kemampuan akademik, tetapi juga menuntut kompetensi digital, profesionalitas dalam menampilkan diri, serta portofolio yang dapat memperlihatkan keterampilan pelamar. Berdasarkan pengamatan awal, sebagian mahasiswa masih belum menunjukkan kesiapan kerja yang memadai, baik dari segi pengembangan kemampuan diri, kualitas penampilan profesional, maupun kepercayaan diri dalam menghadapi persaingan kerja.

Secara keseluruhan, di era dunia kerja yang semakin modern dan digital, kemampuan membangun *personal branding*, mengembangkan *work ability* yang sesuai kebutuhan industri, serta menumbuhkan *self-confidence* yang kuat menjadi aspek penting untuk meningkatkan kesiapan kerja generasi Z. Ketiga faktor tersebut berperan besar dalam memperkuat profil profesional individu di LinkedIn, yang saat ini menjadi salah satu platform utama yang digunakan perusahaan dalam menilai calon pelamar.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk meneliti mengenai “Pengaruh *Personal Branding*, *Work Ability*, dan *Self-confidence* di dalam Sosial Media LinkedIn terhadap Kesiapan Kerja Generasi Z”. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman secara mendalam akan strategi *personal branding* digital, *work ability*, dan juga *self-confidence* dapat memberikan kontribusi yang kuat terhadap kesiapan kerja Generasi Z, serta memberikan wawasan terhadap setiap pembaca dalam membantu mendukung pengembangan karir yang lebih adaptif di era *digital* saat ini.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka terdapat pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh *personal branding* di dalam sosial media LinkedIn terhadap kesiapan kerja Generasi Z?
2. Apakah ada pengaruh *work ability* di dalam sosial media LinkedIn terhadap kesiapan kerja Generasi Z?

3. Apakah ada pengaruh *self-confidence* di dalam sosial media LinkedIn terhadap kesiapan kerja Generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan di atas, maka terdapat tujuan dari penelitian dilakukan, yaitu :

1. Menganalisis pengaruh *personal branding* di dalam sosial media LinkedIn terhadap kesiapan kerja Generasi Z.
2. Menganalisis pengaruh *work ability* terhadap kesiapan kerja Generasi Z di sosial media LinkedIn.
3. Menganalisis pengaruh *self-confidence* terhadap kesiapan kerja Generasi Z di sosial media LinkedIn.

1.4 Manfaat Penelitian

Telah dikemukakan di atas seperti latar belakang penelitian, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, serta tujuan penelitian, maka manfaat yang diharapkan pada penelitian ini ialah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai teori pengaruh dari *personal branding*, *work ability*, dan *self-confidence* terhadap kesiapan kerja melalui konteks media sosial profesional seperti LinkedIn. Serta juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia (MSDM), khususnya dalam memahami faktor psikologis dan digital yang berpengaruh akan kesiapan kerja generasi muda.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk peneliti terhadap pengalaman menulis karya ilmiah, serta menambah wawasan mengenai *personal branding* terhadap kesiapan kerja.

b. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan terhadap pengembangan penelitian selanjutnya dan menjadi bahan pembelajaran maupun informasi yang relevan, yang berfokus pada pengembangan kompetensi digital dan profesional mahasiswa.

c. Bagi Dunia Industri dan Perekrut

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan secara mendalam mengenai bagaimana media sosial LinkedIn memberikan cerimanan yang baik terhadap kesiapan kerja para kandidat, sehingga nantinya mampu menjadi bahan pertimbangan yang efektif dalam proses rekrutmen dan pengembangan SDM.