

## ABSTRAK

Pesatnya perkembangan media sosial mempengaruhi proses rekrutmen. Beberapa tahun terakhir, tercatat terjadi peningkatan jumlah rekruter yang menggunakan media sosial untuk memeriksa para kandidat karyawan dalam proses rekrutmen. *Cybervetting* atau *employee vetting* merujuk pada aktivitas mencari dan memeriksa latar belakang seorang kandidat karyawan di internet. Dalam proses rekrutmen, rekruter tidak hanya membutuhkan *personal branding* pada orang dan kertas, tetapi juga internet. Artinya, kandidat karyawan tidak cukup hanya mengandalkan resume mereka saja, tetapi juga perlu mengelola reputasi mereka secara digital. LinkedIn adalah media sosial yang paling banyak digunakan rekruter untuk *cybervetting*. Penelitian kualitatif ini meneliti tentang bagaimana mahasiswa sarjana membentuk *personal branding* pada akun LinkedIn dalam rangka memenuhi fenomena *cybervetting*, menggunakan sebelas kriteria *authentic personal branding* yang efektif. Ditemukan bahwa mahasiswa sarjana membuat *positioning personal brand* dengan menggabungkan latar belakang pendidikan dengan keahlian atau bidang yang mereka minati. Rekruter menyatakan bahwa, dari sudut pandang seorang rekruter, kriteria yang paling penting dimiliki oleh mahasiswa sarjana dalam membangun *personal branding* untuk *cybervetting* adalah pengalaman kerja, visibilitas, dan spesialisasi. Sedangkan ahli *personal branding* berpendapat bahwa kriteria yang harus dimiliki mahasiswa sarjana dalam membangun *personal branding* yaitu *goodwill*, visibilitas, dan kinerja.

**Kata Kunci:** *personal branding*, LinkedIn, mahasiswa sarjana