

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

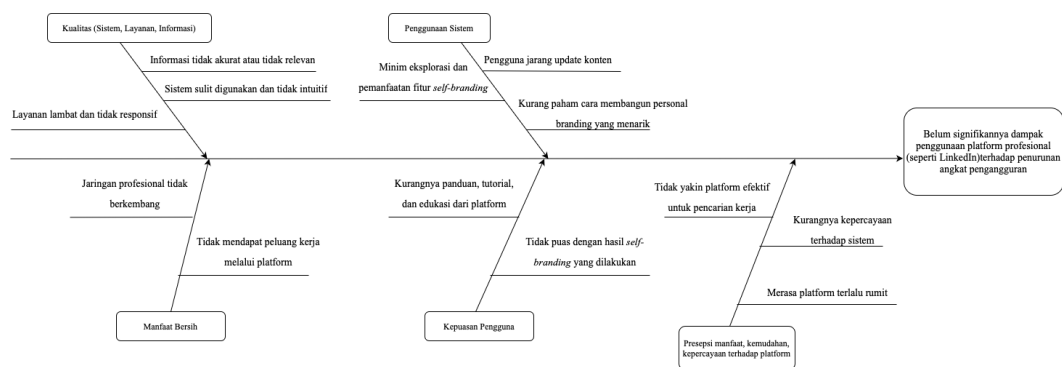
Di era digital ini, platform profesional seperti LinkedIn telah menjadi alat penting dalam membangun dan mengembangkan prospek karier. Platform sistem informasi ini memungkinkan individu untuk melakukan *self-branding*, menampilkan keterampilan dan pencapaian mereka secara *online*, menarik perhatian perekrut dan perusahaan (Sintani & Nurlianti, 2024). Namun, meskipun potensi platform ini begitu besar, banyak pengguna aktif masih menghadapi kesulitan dalam membangun profil yang efektif untuk *self-branding*, yang pada akhirnya menghambat pengembangan karier mereka (Anwar dkk., 2023).

Fenomena ini sejalan dengan meningkatnya jumlah pencari kerja yang mengandalkan platform profesional. Berdasarkan survei LinkedIn Statistics (2024), 94% perekrut menggunakan LinkedIn dan platform serupa untuk mencari kandidat potensial. Di Indonesia sendiri, data Napoleon Cat mencatat 24,9 juta pengguna LinkedIn per Juli 2023, menunjukkan urgensi *self-branding* yang efektif untuk bersaing di pasar kerja yang semakin kompetitif (Yonatan, 2023).

Namun, pada saat yang sama, Indonesia masih menghadapi permasalahan pengangguran yang cukup tinggi, terutama di kalangan usia produktif. Badan Pusat Statistik (2024) mencatat bahwa tingkat pengangguran terbuka pada lulusan SMA/SMK dan perguruan tinggi masih menempati posisi tertinggi secara nasional. Jawa Barat, yang merupakan provinsi dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia, juga mencatat angka TPT yang signifikan. Berdasarkan laporan BPS Jawa Barat (Februari 2024), tingkat pengangguran terbuka lulusan SMK mencapai 12,33%, yang menunjukkan bahwa tantangan dalam memasuki dunia kerja masih dirasakan oleh lulusan pendidikan vokasi. Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan antara kompetensi lulusan dengan kebutuhan pasar kerja, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital, khususnya platform profesional, dalam mendukung kesiapan karier. Oleh karena itu, pemanfaatan platform profesional secara strategis, seperti melalui aktivitas *self-*

branding, menjadi salah satu pendekatan yang potensial untuk membantu meningkatkan peluang kerja dan mengurangi tingkat pengangguran di kalangan pencari kerja muda.

Untuk memahami akar permasalahan mengapa pengguna belum sepenuhnya berhasil dalam melakukan *self-branding* di platform profesional, diperlukan analisis mendalam mengenai berbagai faktor penyebabnya. Pendekatan *Root Cause Analysis* dengan metode *Fishbone Diagram* dapat membantu memetakan dan mengidentifikasi penyebab-penyebab utama dari permasalahan ini. Permasalahan inti yang menjadi fokus analisis adalah banyak pengguna platform profesional digital belum berhasil memaksimalkan penggunaan platform untuk *self-branding* secara efektif, sehingga menghambat pengembangan prospek karir mereka.



Gambar I- 1. *Fishbone Diagram* Akar Permasalahan

Berdasarkan analisis akar masalah pada gambar I-1, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan *self-branding* dipengaruhi oleh berbagai faktor teknis seperti kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan dan persepsi pengguna terhadap platform digital profesional. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media sosial, khususnya platform profesional seperti LinkedIn, dapat dimanfaatkan secara optimal dalam proses *self-branding*.

Karena akar permasalahan yang diidentifikasi melibatkan persepsi serta perilaku pengguna terhadap suatu sistem, penelitian ini mengusulkan penggunaan Model Keberhasilan Sistem Informasi DeLone & McLean. Model ini menawarkan kerangka komprehensif untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi

keberhasilan suatu sistem informasi, mulai dari kualitas sistem, informasi, dan layanan, hingga dampaknya pada penggunaan, kepuasan, dan manfaat yang diperoleh pengguna.

Fenomena ini juga selaras dengan *Sustainable Development Goals* (SDG) 8 - Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, yang mendorong penciptaan pekerjaan layak dan peluang pengembangan karier yang lebih luas. *Self-branding* melalui platform profesional bukan hanya meningkatkan kesempatan pekerjaan bagi individu, tetapi juga membuka pintu bagi pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dengan memberi lebih banyak orang akses ke pekerjaan yang lebih baik dan peluang yang lebih besar untuk berkembang di dunia profesional. Penelitian ini juga mendukung SDG 4 - Pendidikan Berkualitas dengan membantu meningkatkan literasi digital dan pemahaman akan strategi *self-branding*, yang penting untuk meningkatkan daya saing individu di pasar kerja global. Pengetahuan mengenai cara memanfaatkan platform profesional untuk *self-branding* bukan hanya menguntungkan dalam konteks pekerjaan, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk mendukung pengembangan keterampilan yang relevan dengan tuntutan industri. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan dalam konteks akademik, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan melalui peningkatan peluang kerja yang layak dan pengembangan keterampilan profesional.

Dalam konteks sistem informasi, platform profesional digital seperti LinkedIn dapat dipandang sebagai bentuk adopsi teknologi informasi yang memiliki kemiripan dengan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) dalam hal integrasi data, pengelolaan informasi, dan dukungan terhadap pengambilan keputusan. Meskipun tidak dikategorikan sebagai ERP konvensional, platform ini mencerminkan karakteristik sistem informasi yang mendukung proses strategis individu, khususnya dalam pengembangan karier dan pengelolaan personal branding. Oleh karena itu, untuk mengevaluasi keberhasilan adopsi sistem ini secara menyeluruh, penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM dipilih karena mampu menganalisis hubungan kausal antar variabel laten seperti kualitas sistem, informasi, layanan, kepuasan

pengguna, dan manfaat bersih yang dirasakan. Dengan demikian, penggunaan SEM tidak hanya relevan secara metodologis, tetapi juga tepat dalam menyelesaikan permasalahan kompleks terkait keberhasilan adopsi platform digital dalam konteks *self-branding* dan prospek karier.

Penelitian ini memiliki relevansi kuat dengan bidang Sistem Informasi (SI) karena secara langsung mengeksplorasi peran teknologi informasi dalam mendukung aktivitas profesional individu. Platform digital profesional adalah contoh nyata implementasi sistem informasi yang dirancang untuk memfasilitasi komunikasi, manajemen data profil, dan interaksi jejaring. Memahami bagaimana kualitas elemen-elemen SI pada platform ini memengaruhi perilaku pengguna dalam *self-branding* dan pengembangan karier adalah esensial bagi pengembangan teori dan praktik di bidang SI.

Model DeLone & McLean telah banyak digunakan dalam penelitian sebelumnya untuk menilai keberhasilan sistem informasi, khususnya dalam konteks sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP). Dalam studi ERP, model ini mampu mengukur secara menyeluruh pengaruh kualitas sistem, informasi, dan layanan terhadap penggunaan sistem, kepuasan pengguna, serta manfaat bersih yang diperoleh individu atau organisasi. Dalam konteks platform profesional, prinsip-prinsip yang berlaku pada sistem ERP juga dapat digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan sistem yang berorientasi pada pengguna individu.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menggunakan Model DeLone & McLean dalam menganalisis keberhasilan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) maupun aplikasi digital lainnya, terdapat beberapa kesenjangan yang mendasari penelitian ini. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh (Ilmawan & Pujani, 2020) serta (Fadilah, 2024), menggunakan Model DeLone & McLean untuk mengukur keberhasilan implementasi sistem ERP dan aplikasi *mobile* berbasis layanan tertentu. Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik menganalisis pengaruh platform digital profesional dalam membangun digital *self-branding* terhadap pengembangan prospek karir.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan data yang dikumpulkan melalui kuesioner. Kuesioner tersebut akan disebarakan kepada

responden berusia 18-24 tahun yang merupakan lulusan SMA/SMK atau mahasiswa. Menurut Sugiyono (2019), data kuantitatif merujuk pada pendekatan penelitian yang berlandaskan positivistik (data konkret), di mana data yang dikumpulkan bersifat konkret dan direpresentasikan dalam bentuk angka. Pemilihan responden ini bertujuan untuk memahami minat dan tingkat pengetahuan mereka mengenai penggunaan platform profesional dalam membangun prospek karir. Dengan demikian, hasil analisis ini dapat menggambarkan sejauh mana platform seperti LinkedIn berperan dalam meningkatkan kesadaran dan kesiapan karir mereka.

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)/R Programming* karena memungkinkan analisis hubungan variabel yang kompleks secara statistik. Dasar pemilihan SEM ini sangat relevan untuk menyelesaikan masalah yang teridentifikasi dalam *Fishbone* Diagram, yaitu memahami faktor-faktor kompleks seperti kualitas platform, perilaku pengguna, strategi *self-branding* yang memengaruhi keberhasilan *self-branding* dan prospek karir. Melalui metode ini, dapat dievaluasi secara akurat bagaimana kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan sebagai variabel laten memengaruhi kepuasan pengguna serta penggunaan platform, yang pada akhirnya berdampak pada prospek karier. Pendekatan SEM memungkinkan identifikasi faktor kunci yang berpengaruh terhadap *self-branding* di platform profesional, serta menguji model teoretis hubungan antar variabel secara simultan dan lebih mendalam, yang tidak bisa dilakukan oleh metode statistik sederhana. Selain itu, penggunaan *R Programming* sebagai alat analisis dipilih karena mendukung visualisasi, fleksibilitasnya yang tinggi dalam pemodelan statistik yang kompleks dan kemampuannya dalam menangani data numerik yang konkret.

Melalui metode ini dapat dievaluasi bagaimana kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan memengaruhi kepuasan pengguna serta penggunaan platform, yang pada akhirnya berdampak pada prospek karier. Dengan pendekatan ini, penelitian akan lebih akurat dalam mengidentifikasi faktor kunci yang berpengaruh terhadap *self-branding* di platform profesional, khususnya dalam meningkatkan peluang karier.

Dari segi metode penelitian, penelitian terdahulu yang menggunakan Model DeLone & McLean lebih banyak menerapkan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* SmartPLS. Oleh karena itu, penelitian ini akan berkontribusi dengan menerapkan pendekatan SEM menggunakan *R Programming*, yang memberikan fleksibilitas lebih tinggi dalam analisis data serta memungkinkan pemodelan yang lebih kompleks.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi individu yang ingin meningkatkan karier mereka melalui *self-branding*, tetapi juga bagi pengembang platform dan akademisi yang ingin memahami lebih dalam mengenai interaksi antara teknologi informasi dan pengembangan karier. Judul penelitian ini, "Implementasi Model DeLone & Mclean Pada Platform Profesional Digital *Self-Branding* Terhadap Pengembangan Prospek karir Melalui Pendekatan SEM dan *R Programming*", mencerminkan upaya untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan *self-branding* di platform profesional dalam mendukung karier di era digital.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan analisis akar masalah melalui *Fishbone Diagram*, diketahui bahwa hambatan keberhasilan *self-branding* di platform profesional digital dipengaruhi oleh persepsi pengguna, kualitas teknis platform, serta tingkat pemanfaatan fitur secara aktif dan strategis. Sejalan dengan hal tersebut, terdapat sejumlah isu yang diteliti untuk memahami bagaimana *self-branding* melalui platform profesional dapat mempengaruhi pengembangan prospek karir. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana hubungan antara variabel dalam Model DeLone & McLean dapat menjelaskan keberhasilan *self-branding* pada platform profesional dalam memengaruhi persepsi pengguna terhadap manfaat, kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan terhadap platform tersebut?
2. Bagaimana kualitas sistem, kualitas layanan, dan kualitas informasi pada platform profesional digital mempengaruhi tingkat penggunaan dan kepuasan

pengguna dalam melakukan *self-branding* serta membangun jaringan profesional?

3. Bagaimana dampak kepuasan dan intensitas pengguna penggunaan platform terhadap manfaat bersih yang dirasakan pengguna dalam hal peningkatan prospek karier, seperti kesempatan kerja atau pengembangan keterampilan?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis bagaimana hubungan antar variabel dalam Model DeLone & McLean dapat menjelaskan gambaran keberhasilan *self-branding* pada platform profesional dalam memengaruhi persepsi pengguna terkait manfaat, kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan terhadap platform tersebut.
2. Mengevaluasi secara komprehensif bagaimana variabel-variabel dalam Model DeLone & McLean dapat menjelaskan keberhasilan platform profesional dalam mendukung pengembangan prospek karir individu melalui *self-branding*.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian yaitu:

1. Untuk Peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengeksplorasi topik *self-branding* dan pengembangan karir di platform digital. Peneliti selanjutnya dapat memperluas penelitian ini dengan mengaplikasikan Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone & McLean ke dalam konteks lain atau menambahkan variabel baru.
2. Untuk Industri, penelitian ini memberikan pandangan yang berharga tentang bagaimana *net benefits* dari penggunaan platform profesional seperti LinkedIn dapat dioptimalkan untuk kepentingan bisnis. Dengan memanfaatkan variabel-variabel yang ada dalam Model DeLone & McLean, perusahaan dapat lebih memahami bagaimana kualitas sistem, informasi, dan layanan memengaruhi persepsi pengguna serta mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan pengguna. Penelitian ini juga dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi rekrutmen yang lebih

sesuai dengan kebutuhan profesional, serta meningkatkan *brand awareness* di platform LinkedIn.

3. Untuk masyarakat umum, penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi pengguna individu, khususnya pelajar dan mahasiswa, tentang bagaimana mereka dapat memaksimalkan penggunaan LinkedIn untuk tujuan *self-branding* dan meningkatkan prospek karir. Dengan memahami hubungan antara kualitas sistem, kualitas layanan, dan kualitas informasi yang ada di platform, pengguna dapat memanfaatkan fitur-fitur LinkedIn dengan lebih efektif untuk memperluas jaringan profesional dan meningkatkan prospek karir. Penelitian ini juga menunjukkan bagaimana peningkatan pengalaman pengguna dalam menggunakan platform dapat secara langsung berkontribusi pada perkembangan karir mereka.

I.5 Batasan Penelitian

Batasan dari penelitian yang dilakukan meliputi :

1. Penelitian ini secara khusus berfokus pada platform LinkedIn sebagai media utama dalam memfasilitasi aktivitas *self-branding*.
2. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.
3. Responden yang diikutsertakan dalam penelitian ini memiliki rentang usia 18 hingga 24 tahun.
4. Data yang dikumpulkan melalui survei dengan kuesioner.
5. Penelitian ini dibatasi pada responden yang berdomisili di area Provinsi Jawa Barat.
6. Penelitian hanya akan menguji kesuksesan berdasarkan variabel yang sesuai dengan model DeLone & McLean.
7. Analisis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *R programming* sebagai alat utama dalam pengolahan data dan pemodelan statistik.

I.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab ini akan menguraikan latar belakang masalah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian, sasaran, dan alasan topik yang dipilih. Dalam bab ini juga akan dibahas tentang ruang lingkup penelitian, serta manfaat yang diharapkan dapat diberikan penelitian ini untuk berbagai pihak.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi ulasan dari berbagai literatur yang relevan dan mendukung penelitian. Selain itu, di bab ini akan diuraikan konsep-konsep utama yang menjadi dasar penelitian, serta disertai penjelasan mengenai metode atau pendekatan penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diangkat. Bab ini juga akan memaparkan kerangka teori yang akan menjadi acuan dalam penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan secara komprehensif metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pembahasan dimulai dengan menjelaskan desain penelitian yang digunakan, dilanjutkan dengan operasionalisasi variabel untuk mendefinisikan dan mengukur variabel-variabel studi. Selanjutnya, bab ini akan memaparkan detail mengenai populasi dan sampel yang menjadi objek penelitian. Prosedur dan instrumen yang digunakan dalam teknik pengumpulan data juga akan dijelaskan secara rinci, diakhiri dengan pemaparan teknik analisis data yang diterapkan untuk mengolah data dan menghasilkan temuan yang valid dan reliabel.

Bab IV Pengumpulan Data Penelitian

Bab ini menguraikan secara komprehensif seluruh tahapan yang terlibat dalam proses pengolahan data penelitian. Bab ini secara spesifik menyoroti penggunaan perangkat lunak RStudio sebagai instrumen utama dalam analisis data, termasuk langkah-langkah persiapan seperti pengunduhan *package* dan impor data set. Lebih

lanjut, bab ini akan menjelaskan secara rinci prosedur analisis data yang dilakukan, mencakup perancangan model, penerapan estimasi, serta evaluasi indikator keandalan dan validitas model struktural yang dibangun.

Bab V Analisis Data Penelitian

Bab ini menguraikan proses pengolahan data mentah menjadi informasi yang dapat dianalisis. Teknik analisis yang sesuai dengan tujuan penelitian akan dijelaskan secara rinci di sini, serta hasil dari analisis data akan disajikan secara sistematis untuk menjawab pertanyaan penelitian. Interpretasi hasil disampaikan agar dapat menggambarkan temuan penelitian secara mendalam.

Bab VI Penutup

Bab terakhir ini menyajikan simpulan dari seluruh hasil penelitian serta kaitannya dengan rumusan masalah yang diangkat. Bab ini juga memuat rekomendasi untuk penelitian lanjutan atau bagi pihak-pihak terkait yang dapat memanfaatkan hasil penelitian ini. Selain itu, saran praktis disampaikan untuk penerapan hasil penelitian dalam konteks yang relevan.