



Tentang LinkedIn



Alamanda Ardana - PPL
PeTIK Jombang 2022/2023 M

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah, Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas rahmat-Nya, saya dapat menyusun *e-book* ini. Saya mengucapkan terima kasih kepada para pembimbing, khususnya Ustadz Fajri, karena berkat ilmu yang sudah diberikan, saya mendapatkan pemahaman yang sangat membantu selesainya penyusunan *e-book* ini. Tujuan *e-book* ini disusun adalah untuk dijadikan referensi bagi para manusia dalam mengenal LinkedIn.

Saya menyadari bahwa saya masih belajar, sehingga tak menutup kemungkinan masih banyak kesalahan dalam *e-book* ini. Oleh sebab itu, saya mohon kesediaan para pembimbing maupun teman-teman untuk memberikan koreksi terhadap *e-book* ini agar terciptanya *e-book* yang tersusun lebih baik kedepannya.

Jombang, 27 Juni 2022

Alamanda Ardana

DAFTAR ISI

(PEMBAHASAN).....(HALAMAN)

KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
BAB I : PENGERTIAN LINKEDIN	4
BAB II : SEJARAH LINKEDIN	6
BAB III : KEUNGGULAN LINKEDIN	7
BAB IV : FUNGSI LINKEDIN	10
BAB V : KESIMPULAN	13
REFERENSI	14

BAB I

PENGERTIAN LINKEDIN

Dalam situs resmi LinkedIn (<https://www.linkedin.com>), disebutkan dua pengertian LinkedIn. **Pengertian yang pertama, LinkedIn adalah jaringan profesional terbesar di dunia di internet.** Dengan melihat pengertian tersebut, kita dapat mengetahui bahwa LinkedIn termasuk ke dalam golongan media sosial karena LinkedIn menghubungkan berbagai manusia di dunia melalui internet. Akan tetapi, LinkedIn berbeda dengan media sosial yang selama ini kita kenal, seperti Facebook, Twitter, ataupun Instagram. Hal ini disebabkan karena dalam pengertian pertama tadi, terdapat kata **profesional**. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), profesional bermakna **bersangkutan dengan profesi**, sehingga dapat dikatakan bahwa LinkedIn merupakan media sosial yang bersangkutan dengan dunia pekerjaan atau karier. Sedangkan **pengertian yang kedua, LinkedIn adalah platform bagi siapa saja yang ingin memajukan karier mereka.** Pengertian kedua ini menambahkan keterangan dari pengertian pertama, dimana tambahannya adalah LinkedIn dapat digunakan dan diakses oleh semua manusia tanpa memandang latar belakangnya. LinkedIn tidak hanya bisa digunakan oleh para manusia yang bergelar doktor dan master, tetapi LinkedIn juga bisa digunakan oleh kalangan lainnya, seperti kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), kalangan mahasiswa, dan kalangan pencari kerja.

LinkedIn memiliki visi berupa terciptanya peluang ekonomi bagi setiap anggota/penggunanya. Untuk mencapai visi tersebut, LinkedIn memiliki misi berupa mengumpulkan dan menghubungkan berbagai manusia.....

yang tersebar di seluruh dunia dengan penerapan berbagai fitur dan aturan yang dapat membuat berbagai manusia tersebut makin produktif dan bersungguh-sungguh dalam mencapai kesuksesan.

BAB II

SEJARAH LINKEDIN

LinkedIn didirikan pada tahun 2002 dan resmi diluncurkan pada tanggal 5 Mei 2003. Reid Hoffman menciptakan LinkedIn untuk membantu para profesional agar terus berkomunikasi dengan rekannya. Berdirinya LinkedIn melalui perjuangan yang sangat luar biasa. Pada awal pendiriannya, Reid Hoffman mengundang sekitar 350 orang penting untuk bergabung LinkedIn dan akhirnya strategi ini lancar serta sukses. Pada bulan pertama pendirian, LinkedIn mendapatkan pengguna sekitar 4500 orang dalam jaringannya. Setelah itu, LinkedIn mendirikan kantor di California yang jaraknya tidak jauh dari kantor Google dan merekrut beberapa pegawai untuk bagian sisi teknis perusahaannya.

Perkembangan LinkedIn dapat dikatakan sangat pesat. Pada tahun 2007, LinkedIn berhasil memiliki lebih dari 14 juta pengguna. Kemudian, pada tahun 2013, LinkedIn mengumumkan telah memiliki akun pengguna lebih dari 259 juta di 200 negara. Saat ini, LinkedIn bisa dibilang sebagai salah satu media sosial terpopuler di dunia karena sudah memiliki lebih dari 830 juta pengguna yang tersebar di lebih dari 200 negara.

BAB III

KEUNGGULAN LINKEDIN

Dilansir dari tulisan Ruby Suramulia di media Quora, keunggulan LinkedIn setidaknya ada dua, yakni :

1. Menurut Laman *"LinkedIn by the Numbers (2019): Stats, Demographics & Fun Facts"*, LinkedIn adalah *Channel Marketing* Nomor 1 untuk B2B (*Business to Business*), karena :
 - Per awal 2019, LinkedIn memiliki 575 juta orang profesional sebagai pengguna terdaftar. Ini menjadikannya jaringan profesional terbesar di dunia.
 - Secara global, sebanyak 80,33% prospek B2B dari media sosial dihasilkan melalui LinkedIn. Bandingkan dengan hanya sebanyak 6,73% yang dihasilkan melalui Facebook. Sangat jauh bedanya!
 - Sebanyak 91% eksekutif menilai LinkedIn adalah media sosial yang tepat untuk mendapatkan konten yang relevan dengan profesi mereka. Bandingkan dengan hanya 27% dari mereka yang menilai Facebook sebagai media sosial yang tepat. Sangat jauh juga bedanya!
 - LinkedIn menyumbangkan lebih dari 50% trafik media sosial kepada berbagai *website* B2B.
 - 92% pemasar B2B memasukkan LinkedIn ke dalam *digital marketing* mereka. Dan 72% darinya menganggap bahwa LinkedIn adalah sumber yang efektif untuk mendapatkan prospek.
 - 65% perusahaan B2B mendapatkan pelanggan melalui LinkedIn.

- Banyak pengguna LinkedIn adalah:
 - *Influencer* senior (di level global jumlahnya sekitar 61 juta orang)
 - Pengambil keputusan di perusahaan (sekitar 40 juta orang)
 - *Opinion leaders* (sekitar 10,7 juta orang)
 - Eksekutif *C-Level* (sekitar 6,8 juta orang)
- Pengguna LinkedIn *login* dengan niat yang jauh berbeda daripada pengguna media sosial lainnya. Sebagai profesional, niat utama mereka menggunakan LinkedIn adalah untuk:
 - Mendapatkan kabar tentang industrinya
 - Mendapatkan nasihat dari para pakar
 - Mencari pelatihan untuk kariernya
 - Wawasan dan rekomendasi dari sesama profesional
 - Membaca konten yang dipublikasikan oleh ratusan pengguna LinkedIn yang merupakan *influencer*
- Sekitar 45% dari pembaca artikel di LinkedIn adalah pemegang posisi tingkat tinggi di perusahaannya (manajer, VP, direktur, *C-Level*).
- 41% miliuner dunia menggunakan LinkedIn.

2. LinkedIn adalah Salah Satu Media Terbaik untuk Melakukan Rekrutmen

Ini berdasarkan pengalaman si penulis Quora tadi (Ruby Suramulia) ketika masih jadi karyawan:

- Dia merekrut orang melalui LinkedIn. Dan ini sangat efektif, karena dia bisa mencari kandidat dari jaringan dia sendiri (yang tentu saja lebih dia percayai). Dia juga bisa melihat *track record*, koneksi, dan rekomendasi si kandidat.
- Di lain pihak, dia pun sudah puluhan kali dihubungi oleh *headhunter* melalui LinkedIn. Sayangnya, saat itu tidak ada satu pun tawaran mereka yang menarik buat dia, sampai akhirnya dia memutuskan berhenti jadi karyawan.

BAB IV

FUNGSI LINKEDIN

- Membangun *Branding*

Sama seperti perusahaan yang membangun merek mereka, penting bagi kita untuk membangun merek profesional kita. Tujuannya adalah agar kita mendapatkan kesan awal yang baik dari para profesional lain. Ini sangat penting karena seringkali kesan pertama akan melekat di pikiran orang lain dan menentukan bagaimana karier kita kedepannya. LinkedIn adalah media yang tepat untuk membangun *branding* tersebut. Dengan LinkedIn, kita dapat mengunggah foto profil profesional kita dan juga menulis ringkasan yang kuat yang menekankan kekuatan dan kepribadian kita. Diusahakan bahasa yang dipakai dalam menulis ringkasan di LinkedIn adalah bahasa yang mudah dipahami, supaya para profesional lain dapat memperoleh pemahaman yang kuat tentang kita dan tak menutup kemungkinan mereka akan merekrut atau bekerja sama dengan kita.

- Memanfaatkan Jaringan Pekerjaan yang Luas

Melalui LinkedIn, kita dapat mencari pekerjaan bahkan melamar pekerjaan. Pengguna LinkedIn dapat mencari pekerjaan dengan kata kunci dan lokasi. Apabila pengguna LinkedIn tidak sedang mencari pekerjaan baru secara aktif, pengguna LinkedIn dapat mengatur pemberitahuan pekerjaan berdasarkan minat karier untuk menerima *email* pemberitahuan tentang perkembangan pekerjaan yang tersedia.

- **Meneliti Perusahaan dan Karyawannya**

Saat ini, banyak perusahaan yang memiliki halaman LinkedIn mereka sendiri. Mereka akan memperbarui informasi perusahaan, berbagi berita dan wawasan perusahaan, serta menampilkan karyawan saat ini. Dengan begitu, kita dapat meneliti lowongan dan perusahaan mana yang sesuai dengan minat maupun kemampuan kita.

- **Membangun Jaringan Profesional**

Sebagai media sosial *online*, LinkedIn membantu kita untuk berinteraksi dengan semua orang di seluruh dunia. Dunia *online* memberikan kemudahan untuk dapat mengenal orang lain tanpa harus bertemu. Seperti yang sudah disinggung pada poin sebelumnya, kita dapat membuat profil profesional di LinkedIn. Dengan adanya profil profesional itu, kita dapat menambah koneksi dengan orang-orang yang memiliki ketertarikan atau bekerja di bidang yang sama. Dan patut diingat, koneksi merupakan salah satu faktor penting dalam kesuksesan seseorang karena dengan koneksi, kita dapat diketahui dan direkomendasikan oleh orang lain untuk bekerja di suatu tempat atau untuk bekerja sama dalam mengerjakan proyek tertentu.

- **Mempelajari Keterampilan Baru**

Jika kita merupakan pengguna akun LinkedIn Premium, kita bisa menggunakan fitur LinkedIn Learning. Dalam fitur tersebut, kita dapat memoles keterampilan, mulai dari tips dan trik Photoshop, hingga aplikasi manajemen proyek. Tidak hanya itu, kita juga bisa mengakses konten khusus untuk meningkatkan karier. LinkedIn Premium juga kerap memperbarui tutorial setiap saat. Teknik belajar yang disajikan LinkedIn belum tentu ada di perguruan tinggi.

- **Riset Pasar**

Fitur keren dari LinkedIn adalah mengakses data spesifik perusahaan. Data tersebut seperti rata-rata waktu pekerjaan untuk karyawan, hingga *skill* yang dibutuhkan untuk pekerjaan tertentu. Data ini sangat berharga, terutama jika kita merupakan seorang karyawan yang terlibat dalam manajemen staf. Meski tidak punya akun Premium, kita masih bisa melakukan beberapa riset pasar sepiantas. Cukup klik Profil LinkedIn Perusahaan, lihat jumlah karyawan di sana, dan cari informasi terbaru dari mereka.

- **Melacak Tren Industri**

LinkedIn adalah salah satu media yang bagus untuk melacak tren industri secara spesifik. Tidak perlu melakukan riset pasar, kita cukup mencari topik secara umum. Kita dapat mengikuti perusahaan atau profesional industri dan biasanya mereka sering menerbitkan postingan khusus seputar dunia bisnis. Selain itu, kita juga bisa memperbanyak *feed* berita. Semua info yang didapatkan dari LinkedIn akan fokus membahas masalah karier kita.

- **Memberikan Kesempatan kepada Penggunanya untuk Menjalankan Blog LinkedIn**

Kita bisa berkontribusi dengan menjalankan blog LinkedIn. Kita dapat mempublikasikan postingan tentang pemikiran dan saran tentang karier. Hal ini sangat berguna jika kita menulis sesuai bidang keterampilan. Blog LinkedIn akan membantu memamerkan wawasan kita, dan menempatkan kita sebagai seorang ahli.

BAB V

KESIMPULAN

LinkedIn dapat dikatakan sebagai media sosial yang berfokus pada dunia pekerjaan atau bisnis. LinkedIn didirikan oleh Reid Hoffman pada tahun 2002 dan secara resmi diluncurkan pada 5 Mei 2003. Pembuatan LinkedIn bertujuan untuk menciptakan relasi antarmanusia di seluruh dunia, membuat manusia menjadi lebih produktif, dan membuka peluang ekonomi yang inklusif. Maka dari itu, tak heran jika LinkedIn mempunyai beberapa fungsi, seperti membangun *branding*, memanfaatkan jaringan pekerjaan yang luas, meneliti perusahaan dan karyawannya, membuat jaringan profesional, mempelajari keterampilan baru, riset pasar, melacak tren industri, dan memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk menjalankan blog LinkedIn.

Perkembangan LinkedIn dapat dikatakan sangat pesat. Saat ini, LinkedIn bisa dibilang sebagai salah satu media sosial terpopuler di dunia karena sudah memiliki lebih dari 830 juta pengguna yang tersebar di lebih dari 200 negara. Selain itu, LinkedIn bisa dibilang juga sebagai *channel marketing* B2B terbaik di dunia, yang salah satu alasannya adalah karena pada tahun 2019, secara global, sebanyak 80,33% prospek B2B dari media sosial dihasilkan melalui LinkedIn. LinkedIn sangat cocok digunakan oleh semua orang yang selalu menginginkan peningkatan ekonomi dan karier yang lebih baik.

REFERENSI

- <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a548443/apa-itu-linkedin-dan-bagaimana-cara-menggunakannya?lang=in>
- <https://kbbi.web.id/profesional>
- https://about.linkedin.com/?trk=homepage-basic_directory_aboutUrl
- <https://idcloudhost.com/linkedin-pengertian-sejarah-keunggulan-dan-fungsinya/#:~:text=Keunggulan%2C%20manfaat%20atau%20fungsi%20utama,dengan%20kata%20kunci%20dan%20lokasi.>
- <https://www.liputantechno.com/sejarah-berdirinya-linkedin-dan-perkembangannya-di-dunia/>
- <https://www.merdeka.com/jabar/fungsi-linkedin-untuk-perkembangan-karier-media-sosial-bagi-para-pencari-kerja-kln.html>
- <https://www.cermati.com/artikel/manfaat-linkedin-bagi-karier-kamu#:~:text=Memperluas%20Koneksi&text=Dunia%20online%20memberikan%20kemudahan%20untuk,bekerja%20di%20bidang%20yang%20sama.>
- <https://urbandigital.id/inilah-beberapa-fungsi-linkedin-selain-untuk-mencari-pekerjaan/>
- <https://id.quora.com/Apa-keunggulan-dari-media-sosial-LinkedIn>