

BAB II

PROMOSI DIRI SEBAGAI MEDIA UNTUK MENCARI PEKERJAAN DI INDONESIA

Persaingan mencari kerja yang ketat mengharuskan para pencari kerja memiliki strategi untuk mendapatkan pekerjaan. Individu yang dimaksud sebagai pencari kerja adalah individu yang sudah memiliki pekerjaan namun masih menginginkan pekerjaan baru atau pengangguran yang sedang mencari pekerjaan. Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh pencari kerja adalah dengan melakukan promosi diri, seperti mengunggah prestasi yang diraih, mengunggah kemampuan, dan menampilkan kualifikasi pendidikan. Promosi diri dapat dilakukan melalui media sosial, mengingat mayoritas masyarakat di Indonesia telah menggunakan internet sebagai media yang membantu memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

2.1 Promosi Diri bagi Pekerja di Indonesia

Promosi diri sendiri adalah suatu bentuk manajemen kesan yang bertujuan untuk menyajikan citra positif diri sendiri dengan menekankan kekuatan, kontribusi, ataupun prestasi seseorang kepada orang lain (Den hartog et. al, 2018). Kegiatan promosi diri erat hubungannya dengan membicarakan diri sendiri untuk mendapatkan perhatian orang lain yang dianggap memiliki kuasa untuk memberikan pekerjaan atau kemajuan dalam karir. Promosi diri yang bertujuan untuk mendapatkan pekerjaan bukan hanya dapat dilakukan oleh individu yang belum mendapatkan pekerjaan, tetapi juga dapat dilakukan oleh individu yang telah memiliki pekerjaan namun masih memiliki minat untuk mendapatkan pekerjaan atau kesempatan baru.

Walaupun promosi diri dianggap kegiatan yang membantu, di Indonesia, promosi diri dipandang negatif karena dianggap sebagai bentuk sikap negatif yaitu kesombongan. Dalam kebiasaan yang ditanamkan, membicarakan kemampuan diri sendiri tidak dianggap sebagai sebuah hal yang positif karena sejatinya kemampuan individu diakui, bukan mengakui. Kebiasaan dan budaya yang ditanamkan di Indonesia bertolak belakang dengan perilaku membicarakan diri sendiri, terutama untuk membicarakan kemampuan dan hal positif lainnya yang dimiliki.

Hal ini dapat dilihat dari budaya di Indonesia. Salah satu petunjuk simbolik untuk memahami budaya di Indonesia adalah dengan bahasa (Dell Hymes, 1974) dan kebudayaan dan bahasa tidak dapat dipisahkan (Barthes, 1964). Bahasa yang digunakan sehari-hari dan ada di sekitar individu dapat mempengaruhi individu, termasuk peribahasa di dalamnya. Peribahasa sendiri adalah ungkapan dalam bentuk kalimat atau klausa yang kata-katanya sudah tentu dan maksudnya sudah jelas, biasanya mengandung arti perbandingan atau siloka tindakan hidup manusia dalam bermasyarakat (Sudrayat, 2003).

Peribahasa ada di banyak di berbagai negara di Asia. Di Indonesia sendiri terdapat peribahasa yang berbunyi “Padi semakin berisi, semakin merunduk” yang artinya semakin seseorang berilmu, semakin rendah hati. Ada juga peribahasa lain di Indonesia yang berbunyi “Tong kosong nyaring bunyinya” yang berarti seseorang yang banyak bicara tidak berilmu, peribahasa ini pun sama dengan peribahasa Indonesia lainnya yaitu “Air Beriak Tanda Tak Dalam” (Putu Ayu et. al, 2016).

Di China, terdapat peribahasa yang berbunyi “枪打出头鸟” yang memiliki arti “Burung yang menjalarkan kepala terlebih dahulu akan ditembak”. Penjelasan dari idiom ini adalah orang yang menjadi pusat perhatian menanggung beban serangan paling besar dan secara

kiasan, hal ini berarti orang yang memimpin atau menonjol di bidangnya lebih mungkin menjadi sasaran atau diserang yang artinya menjadi menonjol adalah hal yang negatif. Di Negara Jepang terdapat peribahasa “出る釘は打たれる” atau dalam Bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi “Bagai pahat dengan pemukul”. Pada peribahasa dari Jepang tersebut menjelaskan bahwa orang yang berbakat dan menonjol akan dibenci pula (Nadzif, 2021).

Di Asia dengan budaya kolektivisme, promosi diri seringkali dianggap tabu karena tidak sesuai dengan budaya yang diajarkan. Berbeda dengan budaya individualis, dalam budaya kolektivisme, membicarakan prestasi dan kemampuan diri menjadi hal yang tidak sejalan dengan budaya yang diajarkan dan tumbuh di masyarakat.

2.2 Bentuk Promosi Diri di Media Sosial

Internet telah banyak memudahkan manusia untuk melakukan komunikasi jarak jauh. Dengan adanya internet, manusia dapat bertukar pesan dan informasi tanpa terhalang jarak dan waktu. Di Indonesia, menurut laporan dari We Are Social pengguna internet mencapai 278,7 juta orang atau menjadi peringkat ke-6 se-dunia sebagai pengguna internet. Per 2021, data menunjukkan bahwa komunikasi lewat pesan di media sosial adalah kegiatan yang paling umum dilakukan masyarakat Indonesia, yang dilanjutkan dengan menggunakan media sosial (Kominfo, 2021). Dilansir dari We Are Social, media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di Indonesia adalah WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok (Cindy, 2024).

Dalam bermedia sosial, individu dapat bertemu dengan individu lain yang saling dapat memenuhi kebutuhan termasuk menemukan antara pencari kerja dan penerima kerja. Pertemuan antara pencari kerja dan penerima kerja terjadi karena adanya usaha komunikasi yang dilakukan dua pihak yang saling membutuhkan. Salah satu komunikasi yang dapat

dusahakan adalah promosi diri. Dengan adanya promosi diri, kebutuhan mendapatkan pencari kerja untuk mendapatkan pekerjaan dapat dilihat dan berpeluang lebih besar untuk ditemukan oleh pemberi kerja.

Promosi diri dapat dilakukan di berbagai platform media sosial namun paling umum ditemukan di aplikasi profesional khusus yang memang bertujuan menjadi wadah pertemuan pencari kerja dan penerima kerja. Salah satu aplikasi yang memang menjadi wadah untuk melakukan promosi diri adalah LinkedIn. Pada aplikasi LinkedIn, individu bisa bertemu untuk kebutuhan mencari pekerjaan maupun memberikan pekerjaan. Di Indonesia sendiri, pengguna LinkedIn per Maret 2024 mencapai 28,1 juta pengguna per 2024 (Monavia, 2024). Bentuk dari penggunaan LinkedIn sebagai media untuk melakukan promosi diri pun bermacam-macam. Pertama, bentuk promosi diri yang dilakukan adalah dengan mengunggah kualifikasi pendidikan yang dapat dilihat seperti pada postingan berikut:

Education



University of Melbourne

Bachelor of Arts - BA, Communication and Media Studies, Psychology
Feb 2022 - Dec 2024

- The Director of Media and Marketing of Melbourne University Indonesian Stu...see more



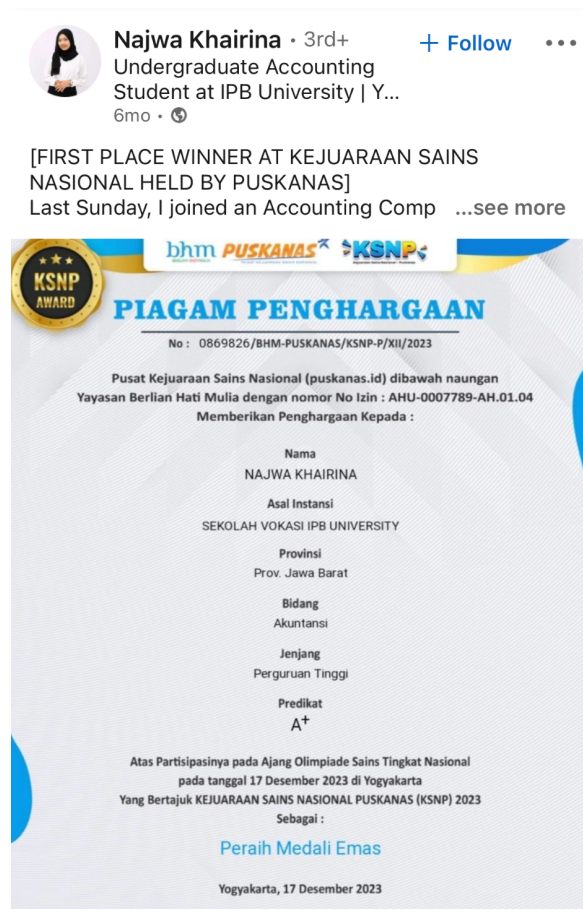
Trinity College, the University of Melbourne

Foundation degree, Communication and Media Studies, Economics, Psychology
2021 - 2022

- Highest average marks in 4 subjects: Economics, Psychology, Media and ...see more

Gambar 2.1 Kualifikasi Pendidikan sebagai Promosi Diri di LinkedIn

Selain mengunggah kualifikasi pendidikan, individu juga mengunggah prestasi yang diraih melalui perlombaan maupun pencapaian dalam bentuk lainnya. Salah satu tujuan bentuk promosi diri ini diunggah di LinkedIn adalah agar dapat menunjukkan kemampuan yang lebih terukur. Contoh unggahan yang dimaksud adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Prestasi sebagai Promosi Diri di LinkedIn

Selain melalui aplikasi profesional yang memang ditujukan untuk mempertemukan antara pencari kerja dan pemberi kerja, aplikasi media sosial lainnya juga dapat menjadi wadah untuk melakukan promosi diri. Aplikasi yang dimaksud adalah Instagram, TikTok, dan Facebook, di mana individu dapat membagikan konten dengan leluasa sesuai dengan tujuan

yang ingin diraih karena di media sosial terkait konten individu dapat tersebar pada pengguna lainnya. Konten yang dimaksud dapat dilihat pada contoh berikut:



Gambar 2.3 Prestasi sebagai Promosi Diri di Instagram

Dari contoh di atas, dapat dilihat bahwa individu mengunggah sertifikat penghargaan serta deskripsi yang menjelaskan perlombaan yang sedang diikuti di laman instagram pribadi. Unggahan berbentuk promosi diri yang diunggah melalui media sosial pribadi dapat dilihat dan diakses oleh banyak pengguna lainnya, termasuk pemberi kerja.