

BAB III

DATA HASIL PENELITIAN SIKAP DAN NORMA SUBJEKTIF TENTANG PROMOSI DIRI DAN MINAT MELAKUKAN PROMOSI DIRI DALAM Mencari PEKERJAAN DI MEDIA SOSIAL

Pada bab ini menjelaskan data dari hasil penelitian yang didapat dari survei yang telah dilakukan yaitu menyangkut sikap promosi diri, norma subjektif, dan juga minat melakukan promosi diri. Penyajian data akan dimulai dengan hasil dari uji validitas, uji reliabilitas, data identitas responden, dan temuan penelitian yang berkaitan dengan variabel. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 300 orang dengan responden berada pada rentang usia 15-24 tahun yang sedang mencari pekerjaan. Olah data dilakukan dengan analisis korelasi berganda.

3.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Dalam penelitian ini menggunakan 300 responden artinya $N=300$ dengan signifikansi 0,05 atau 5%. Jika r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif maka hasil akan dinyatakan valid. R tabel dalam penelitian ini adalah 0,113 yang diperoleh dari *degree of freedom* (df) dengan rumus:

$$df = n - 2$$

n = jumlah responden

2 = two tail test

3.1.1 Uji Validitas Sikap tentang Promosi Diri (X1)

Uji Validitas pada item pertanyaan sikap tentang promosi diri dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dan r tabel pada signifikansi 5% untuk $N=300$ dengan r tabel menjadi 0,113. Data yang digunakan didapat dari sumber data primer atau kuesioner yang

diolah melalui SPSS 29. Berikut untuk data dari uji validitas variabel sikap tentang promosi diri (X1).

Item Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
X1.1	0.624	0.113	Valid
X1.2	0.492	0.113	Valid
X1.3	0.353	0.113	Valid
X1.4	0.271	0.113	Valid
X1.5	0.525	0.113	Valid
X1.6	0.630	0.113	Valid
X1.7	0.555	0.113	Valid
X1.8	0.566	0.113	Valid
X1.9	0.553	0.113	Valid
X1.10	0.418	0.113	Valid
X1.11	0.473	0.113	Valid
X1.12	0.421	0.113	Valid

Tabel 3.1 Uji Validitas Sikap tentang Promosi Diri

Dari data yang telah diolah, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada variabel sikap tentang promosi diri sebanyak 12 pertanyaan dinyatakan valid sehingga penelitian menggunakan 12 pertanyaan tersebut.

3.1.2 Uji Validitas Norma Subjektif tentang Promosi Diri

Uji Validitas pada item pertanyaan norma subjektif tentang promosi diri dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dan r tabel pada signifikansi 5% untuk N=300 dengan r tabel menjadi 0,113. Data yang digunakan didapat dari sumber data primer atau kuesioner yang diolah melalui SPSS 29. Berikut untuk data dari uji validitas variabel norma subjektif tentang promosi diri (X2).

Item Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
X2.1	0.343	0.113	Valid
X2.2	0.459	0.113	Valid
X2.3	0.507	0.113	Valid
X2.4	0.776	0.113	Valid
X2.5	0.834	0.113	Valid
X2.6	0.812	0.113	Valid
X2.7	0.791	0.113	Valid
X2.8	0.832	0.113	Valid
X2.9	0.809	0.113	Valid

Tabel 3.2 Uji Validitas Norma Subjektif tentang Promosi Diri

Dari data yang telah diolah, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada variabel norma subjektif tentang promosi diri sebanyak 9 pertanyaan dinyatakan valid sehingga penelitian menggunakan 9 pertanyaan tersebut.

3.1.3 Uji Validitas Minat Melakukan Promosi Diri dalam Mencari Pekerjaan di Media Sosial

Uji Validitas pada item pertanyaan minat melakukan promosi diri dalam mencari pekerjaan di media sosial dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dan r tabel pada signifikansi 5% untuk N=300 dengan r tabel menjadi 0,113. Data yang digunakan didapat dari sumber data primer atau kuesioner yang diolah melalui SPSS 29. Berikut untuk data dari uji validitas variabel minat melakukan promosi diri dalam mencari pekerjaan di media sosial (Y).

Item Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
Y1	0.691	0.113	Valid
Y2	0.635	0.113	Valid
Y3	0.712	0.113	Valid
Y4	0.768	0.113	Valid
Y5	0.304	0.113	Valid
Y6	0.194	0.113	Valid
Y7	0.324	0.113	Valid
Y8	0.177	0.113	Valid
Y9	0.840	0.113	Valid
Y10	0.796	0.113	Valid
Y11	0.849	0.113	Valid
Y12	0.845	0.113	Valid
Y13	0.823	0.113	Valid
Y14	0.789	0.113	Valid
Y15	0.820	0.113	Valid
Y16	0.800	0.113	Valid

Tabel 3.3 Uji Validitas Minat Melakukan Promosi Diri

Dari data yang telah diolah, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada variabel minat melakukan promosi diri dalam mencari pekerjaan di media sosial sebanyak 16 pertanyaan dinyatakan valid sehingga *field test* penelitian menggunakan 16 pertanyaan tersebut.

3.2 Uji Reliabilitas

Hasil akan dilihat dengan nilai *Cronbach's Alpha* dengan perhitungan minimal nilai 0,6 atau $>0,6$ untuk instrumen penelitian dapat dikatakan diterima (Gunawan, 2020).

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Sikap tentang Promosi Diri	0.637	0.600	Reliabel
Norma Subjektif tentang Promosi Diri	0.870	0.600	Reliabel
Minat Melakukan Promosi Diri di Media Sosial untuk Mencari Pekerjaan	0.922	0.600	Reliabel

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel

Pada tabel di atas, ketiga variabel yaitu sikap tentang promosi diri (X1), norma subjektif (X2), dan minat tentang melakukan promosi diri di media sosial untuk mencari kerja (Y) dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6.

3.3 Identitas Responden

3.3.1 Usia Responden

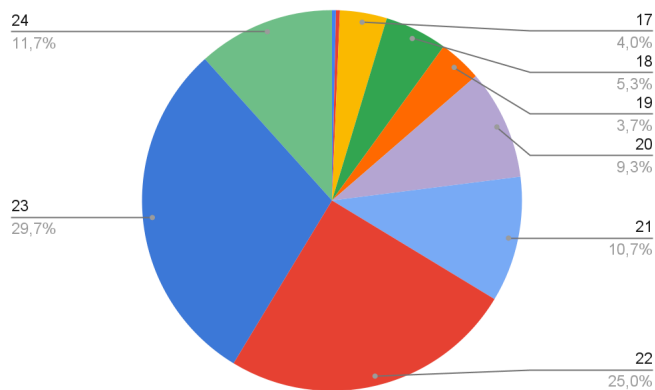


Diagram 3.1 Usia Responden

Penelitian ini dilakukan bagi responden berusia rentan 15-24 tahun. Dalam penelitian ini, mayoritas responden atau sebanyak 29,7% berusia 23 tahun dan paling sedikit pada rentan usia 15 dan 16 tahun dengan masing-masing berjumlah 1 responden atau 0,3%.

3.3.2 Status Pekerja

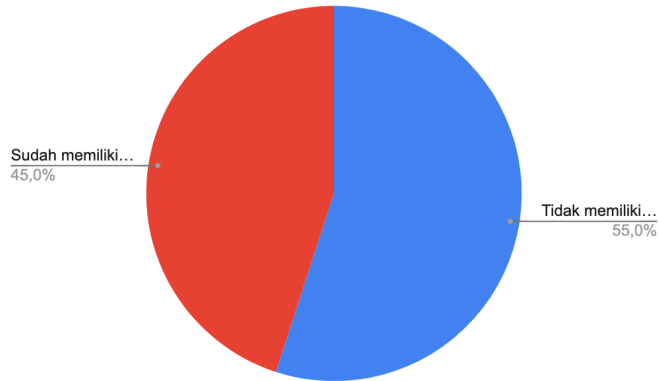


Diagram 3.2 Kondisi Saat Ini Responden

Responden yang mengisi kuesioner pada penelitian ini, 55% menyatakan bahwa saat ini sedang tidak memiliki pekerjaan dan sedang mencari pekerjaan. Terdapat 45% responden yang saat ini telah memiliki pekerjaan namun masih mencari pekerjaan baru.

3.3.3 Jenis Kelamin

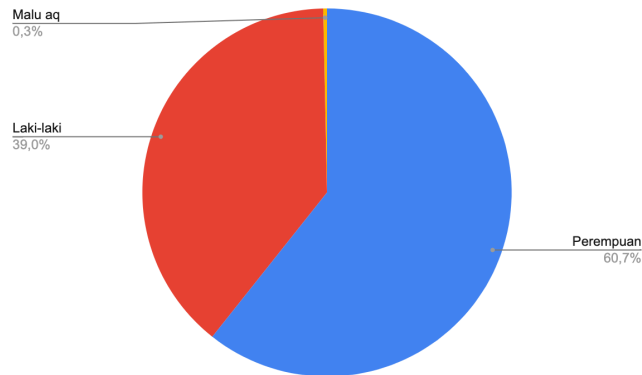


Diagram 3.3 Jenis Kelamin Responden

Pada penelitian ini, mayoritas responden memiliki jenis kelamin perempuan berjumlah 60,7%. Untuk responden memiliki jenis kelamin laki-laki berjumlah 39%.

3.3.4 Pendidikan Terakhir

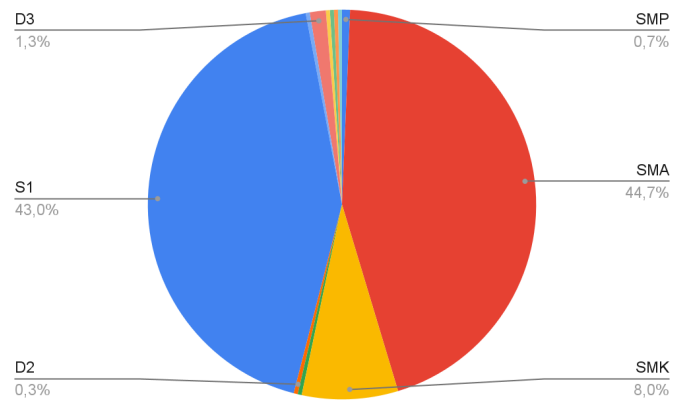


Diagram 3.4 Pendidikan Terakhir Responden

Pada penelitian ini, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA sebesar 44,7% dan minoritas pendidikan terakhir D2 sebesar 0,3%.

3.4 Sikap tentang Promosi Diri

Pada variabel sikap tentang promosi diri, terdapat tiga indikator yang mengukur variabel ini, yaitu *usage goodness*, *usage wiseness*, dan *usage desirability* yang dijabarkan dengan total 11 pertanyaan sebagai berikut:

Pertanyaan	Jawaban						Total
	SS	S	CS	KS	TS	STS	
Promosi diri dinilai sebagai perilaku yang baik untuk mencari pekerjaan di media sosial	37,3%	53,3%	8,3%	0,7%	0,0%	0,3%	100%
Promosi diri dinilai sebagai perilaku yang bermanfaat secara moral dilakukan untuk mencari pekerjaan di media sosial	38,7%	49,3%	11,3%	0,7%	0,0%	0,0%	100%
*Membicarakan prestasi diri di media sosial adalah bentuk kesombongan	11,3%	23,0%	13,0%	28,0%	18,7%	6,0%	100%
*Saya memiliki pandangan negatif tentang sikap promosi diri	13,7%	19,7%	8,7%	18,3%	29,7%	10,0%	100%

Tabel 3.5 Penilaian Responden dalam Sisi Kebaikan Promosi Diri

*Pernyataan promosi diri bersifat negatif

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa responden mayoritas responden, tepatnya 53,3% responden menyatakan setuju bahwa promosi diri dinilai sebagai perilaku yang baik untuk mencari pekerjaan. Artinya mayoritas responden menyatakan bahwa promosi diri adalah hal yang baik untuk dilakukan. Pada pernyataan selanjutnya terkait promosi diri dinilai sebagai perilaku yang bermanfaat secara moral dalam mencari pekerjaan, mayoritas responden atau tepatnya 49,3% responden menyatakan setuju. Mayoritas responden menyatakan bahwa promosi diri adalah perilaku yang bermoral.

Pada data yang telah diolah, 28% responden menyatakan kurang setuju dengan pernyataan membicarakan prestasi diri di media sosial adalah bentuk kesombongan,. Responden sebesar 29,7% juga menyatakan tidak setuju bahwa promosi diri adalah hal yang negatif. Dari dua pernyataan ini, dapat disimpulkan responden tidak memandang promosi diri hal yang negatif untuk dilakukan. Pada data di atas juga ditemukan bahwa mayoritas responden atau tepatnya 49% responden menyatakan bahwa promosi diri adalah hal yang bijak dilakukan untuk mencari pekerjaan di media sosial. Pada data yang telah diolah, 28%

responden menyatakan kurang setuju dengan pernyataan membicarakan prestasi diri di media sosial adalah bentuk kesombongan,

Pertanyaan	Jawaban						Total
	SS	S	CS	KS	TS	STS	
Promosi diri adalah hal yang bijak dilakukan untuk mencari pekerjaan di media sosial	31,3%	49,0%	18,0%	1,7%	0,0%	0,0%	100%
Promosi diri dapat membantu saya lebih cepat mendapatkan pekerjaan	31,7%	42,0%	22,3%	3,3%	0,3%	0,3%	100%
Promosi diri dapat membantu saya lebih tepat mendapatkan pekerjaan	27,0%	49,3%	20,3%	3,3%	0,0%	0,0%	100%
Promosi diri dapat membuat saya terlihat lebih profesional	29,0%	50,7%	17,3%	2,7%	0,3%	0,0%	100%
*Saya tidak nyaman membicarakan prestasi dan kemampuan diri sendiri	13,0%	28,3%	23,7%	19,0%	10,0%	6,0%	100%

Tabel 3.6 Penilaian Responden dalam Sisi Kebijakan Promosi Diri

*Pernyataan promosi diri bersifat negatif

Responden sebesar 29,7% juga menyatakan tidak setuju bahwa promosi diri adalah hal yang negatif. Dari dua pernyataan ini, dapat disimpulkan responden tidak memandang promosi diri hal yang negatif untuk dilakukan. Pada data di atas juga ditemukan bahwa mayoritas responden atau tepatnya 49% responden menyatakan bahwa promosi diri adalah hal yang bijak dilakukan untuk mencari pekerjaan di media sosial dan 42% responden menyatakan bahwa setuju bahwa promosi diri dapat membantu lebih cepat untuk mendapatkan pekerjaan. Mayoritas responden atau tepatnya 49,3% juga menyatakan bahwa promosi diri dapat membantu lebih tepat mendapatkan pekerjaan. Dari ketiga pernyataan ini, dapat disimpulkan bahwa responden melihat promosi diri sebagai hal yang dapat membantu individu dalam mencari pekerjaan.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa mayoritas responden atau tepatnya 50,7% menyatakan setuju pada pernyataan promosi diri dapat membuat terlihat lebih profesional. Mayoritas responden atau tepatnya 28,3% menyatakan setuju bahwa tidak nyaman membicarakan prestasi dan kemampuan diri sendiri, namun 19% responden menyatakan kurang setuju dengan pernyataan terkait. Walaupun mayoritas merasa tidak nyaman dengan membicarakan diri sendiri, namun masih terdapat cukup banyak responden yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut. Dengan pernyataan ini, artinya terdapat responden yang melihat bahwa promosi diri tidak sepenuhnya positif.

Pertanyaan	Jawaban						Total
	SS	S	CS	KS	TS	STS	
Promosi diri adalah hal yang menyenangkan	22,0%	42,7%	25,0%	8,7%	1,3%	0,3%	100%
Membicarakan kemampuan diri adalah hal yang menarik	25,7%	24,7%	43,7%	5,7%	0,3%	0,0%	100%
Lebih baik saya melakukan promosi diri dibandingkan tidak	22,3%	57,7%	16,0%	4,0%	0,0%	0,0%	100%

Tabel 3.7 Penilaian Responden dalam Sisi Diinginkannya Promosi Diri

Hasil dari data yang ditemukan juga menyatakan bahwa mayoritas responden, tepatnya 42,7% menyatakan setuju bahwa promosi diri adalah hal yang menyenangkan. Mayoritas responden atau tepatnya 43,7% responden menganggap membicarakan kemampuan diri adalah hal yang menarik, sedangkan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan terkait. 57,7 responden menyatakan lebih baik untuk melakukan promosi diri daripada tidak, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju ataupun sangat tidak setuju dengan pernyataan ini. Dalam ketiga pernyataan yang disetujui responden, promosi diri dinilai sebagai hal yang positif untuk dilakukan dan lebih baik bagi responden untuk melakukan promosi diri terutama untuk mencari pekerjaan di media sosial.

Dari data yang diperoleh, keseluruhan data diolah dan dikategorikan dengan membagi menjadi 4 variasi berupa; negatif, cenderung negatif, cenderung positif, dan positif.

Kategorisasi meliputi:

- a. Positif ditunjukkan dengan skor 58-72
- b. Cenderung positif ditunjukkan dengan skor 43-57
- c. Cenderung negatif ditunjukkan dengan 28-42
- d. Negatif ditunjukkan dengan skor 12-27

Dari kategorisasi di atas, data yang telah dikumpulkan melalui survei terhadap variabel sikap tentang promosi diri dapat disimpulkan menjadi:

Skor	Kategori	Persentase
58-72	Positif	28.3%
43-57	Cenderung Positif	70%
28-42	Cenderung Negatif	1.7%
12-27	Negatif	–

Tabel 3.8 Kategorisasi Sikap tentang Promosi Diri

Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki sikap promosi diri yang cenderung positif sejumlah 210 responden atau 70%. Sedangkan responden yang memiliki sikap promosi diri positif berjumlah 85 responden atau 28,3%. Responden yang memiliki sikap promosi diri cenderung negatif berjumlah 5 responden atau 1,7%. Tidak terdapat responden yang memiliki sikap tentang promosi diri negatif. Hasil temuan penelitian ini menyatakan bahwa responden cenderung memiliki pandangan bahwa sikap promosi diri adalah hal yang cenderung positif. Artinya responden melihat bahwa

membicarakan prestasi, kemampuan, dan kualifikasi diri di media sosial yang ditujukan pada bertujuan untuk mencari pekerjaan adalah hal positif.

3.5 Norma Subjektif tentang Promosi Diri

Pada variabel norma subjektif tentang promosi diri, terdapat 2 indikator yang mengukur variabel ini, yaitu 2 indikator yaitu *agree with other people's opinions* dan *following other people's opinions* yang dijabarkan menjadi 9 pertanyaan sebagai berikut:

Pertanyaan	Jawaban						Total
	SS	S	CS	KS	TS	STS	
Keluarga saya beranggapan bahwa promosi diri adalah hal yang positif	23,3%	55,3%	18,0%	2,3%	0,7%	0,3%	100%
Lingkungan pertemanan saya beranggapan bahwa promosi diri adalah hal yang positif	35,5%	46,3%	15,3%	2,3%	0,3%	0,3%	100%
Kolega saya beranggapan bahwa promosi diri adalah hal yang positif	24,0%	54,3%	20,0%	1,3%	0,3%	0,0%	100%

Tabel 3.9 Pandangan Responden terhadap Lingkungan Sekitar tentang Promosi Diri

Pada data yang telah dikumpulkan, mayoritas responden atau tepatnya 55,3% individu menyatakan setuju bahwa keluarga responden menganggap bahwa promosi diri adalah hal yang positif. Mayoritas responden atau 46,3% responden juga menyatakan bahwa setuju lingkungan pertemanan beranggapan bahwa promosi diri adalah hal yang positif, sedangkan hanya 0,3% tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Dalam pernyataan kolega beranggapan bahwa promosi diri adalah hal yang positif, 54,3% responden menyatakan setuju. Dengan ketiga pernyataan ini, mayoritas responden melihat bahwa lingkungan keluarga, pertemanan, dan kolega responden melihat promosi diri adalah hal yang

positif. Responden percaya bahwa keluarga, pertemanan, dan kolega dapat melihat promosi diri adalah hal yang positif untuk membantu mendapatkan pekerjaan.

Pertanyaan	Jawaban						Total
	SS	S	CS	KS	TS	STS	
Saya akan melakukan promosi diri jika keluarga menyarankan saya untuk melakukan promosi diri	22,7%	45,7%	21,7%	6,7%	2,7%	0,7%	100%
Saya akan melakukan promosi diri jika lingkungan pertemanan menyarankan saya untuk melakukan promosi diri	22,7%	49,0%	19,0%	6,0%	2,3%	1,0%	100%
Saya akan melakukan promosi diri jika kolega menyarankan saya untuk melakukan promosi diri	21,7%	47,7%	22,0%	4,7%	3,0%	1,0%	100%
Saya akan melakukan promosi diri jika keluarga saya juga melakukan promosi diri	20,0%	42,7%	19,7%	12,0%	3,3%	2,3%	100%
Saya akan melakukan promosi diri jika lingkungan pertemanan saya juga melakukan promosi diri	22,0%	44,7%	19,0%	9,7%	3,0%	1,7%	100%
Saya akan melakukan promosi diri jika kolega saya juga melakukan promosi diri	17,0%	49,3%	19,0%	11,0%	2,0%	1,7%	100%

Tabel 3.10 Kesesuaian perilaku responden dengan opini lingkungan sekitar

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas atau 45,7% menyatakan setuju bahwa responden akan melakukan promosi diri jika keluarga menyarankan untuk melakukan promosi diri. 49% responden menyatakan akan melakukan promosi diri jika lingkungan pertemanan menyarankan. Sebanyak 47,7% responden menyatakan bahwa akan melakukan promosi diri jika disarankan oleh kolega. Dalam ketiga pernyataan ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden akan melakukan promosi diri jika mereka disarankan untuk melakukan promosi diri oleh keluarga, lingkungan pertemanan, dan kolega untuk membantu

mendapatkan pekerjaan di media sosial. Saran dari *reference group* dianggap penting untuk membuat keputusan dalam melakukan promosi diri.

Mayoritas responden atau 42,7% responden menyatakan bahwa akan melakukan promosi diri bila keluarga juga melakukan promosi diri. 44,7% responden menyatakan setuju akan melakukan promosi diri jika lingkungan pertemanan melakukan promosi diri. Mayoritas responden atau tepatnya 49,3% menyatakan bahwa akan melakukan promosi diri bila kolega juga melakukan promosi diri. Mayoritas responden setuju bahwa dengan adanya perilaku promosi diri dari keluarga, pertemanan, dan kolega mendorong individu untuk melakukan individu melakukan promosi diri.

Data yang telah didapat dikategorisasikan dalam variasi yang dibagi menjadi 4, yaitu:

- a. Sesuai ditunjukkan dengan skor 9-20
- b. Cenderung sesuai ditunjukkan dengan skor 21-31
- c. Cenderung tidak sesuai ditunjukkan dengan skor 32-43
- d. Tidak sesuai ditunjukkan dengan skor 44-54

Skor	Kategori	Persentase
44-54	Sesuai	59%
32-43	Cenderung Sesuai	36%
21-31	Cenderung Tidak Sesuai	5%
9-20	Tidak Sesuai	--

Tabel 3.11 Kategorisasi Norma Subjektif tentang Promosi Diri

Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki norma subjektif promosi diri yang sesuai sebanyak 117 responden atau 59%. Responden yang memiliki norma subjektif cenderung sesuai sebanyak 108 responden atau 36%. Responden

yang memiliki norma subjektif cenderung tidak sesuai berjumlah 15 atau 5%. Tidak ada responden yang memiliki norma subjektif tidak sesuai.

3.6 Minat Melakukan Promosi Diri dalam Mencari Pekerjaan di Media Sosial

Pada variabel minat melakukan promosi diri di media sosial untuk mencari pekerjaan, terdapat satu indikator yang mengukur variabel ini, yaitu *intent to promote* yang dibagi menjabarkan menjadi 16 pertanyaan:

Pertanyaan	Jawaban						Total
	SS	S	CS	KS	TS	STS	
Saya berniat untuk mengunggah kualifikasi pendidikan di Instagram	15,0%	38,3%	25,3%	13,7%	5,0%	2,7%	100%
Saya berniat untuk mengunggah keterampilan dan kemampuan di Instagram	26,3%	44,7%	18,7%	7,0%	3,0%	0,3%	100%
Saya berniat mengunggah prestasi dan pencapaian di Instagram	23,0%	40,7%	23,7%	9,3%	2,3%	1,0%	100%
Saya berniat mengunggah pengalaman (kerja dan organisasi) di Instagram	18,0%	47,7%	19,7%	11,0%	3,3%	0,3%	100%

Tabel 3.12 Minat Responden Melakukan Bentuk Promosi Diri di Instagram

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden atau 38,30% responden menyatakan setuju bahwa berniat akan mengunggah kualifikasi pendidikan di Instagram. Mayoritas atau tepatnya 44,7% responden menyatakan berniat untuk mengunggah keterampilan dan kemampuan di Instagram. Mayoritas responden atau tepatnya 40,7% menyatakan setuju bahwa berminat mengunggah prestasi dan pencapaian di Instagram. Mayoritas responden atau 47,7% menyatakan setuju bahwa berminat mengunggah pengalaman kerja dan organisasi di Instagram. Melihat dan membandingkan dengan aplikasi lainnya, Instagram menjadi salah

satu media sosial di mana responden berminat untuk melakukan promosi diri untuk mencari pekerjaan.

Pertanyaan	Jawaban						Total
	SS	S	CS	KS	TS	STS	
Saya berniat untuk mengunggah kualifikasi pendidikan di LinkedIn	44,3%	40,3%	13,0%	2,0%	0,3%	0,0%	100%
Saya berniat untuk mengunggah keterampilan dan kemampuan di LinkedIn	44,3%	43,3%	11,3%	0,7%	0,0%	0,3%	100%
Saya berniat mengunggah prestasi dan pencapaian di LinkedIn	45,3%	41,7%	11,3%	1,7%	0,0%	0,0%	100%
Saya berniat mengunggah pengalaman (kerja dan organisasi) di LinkedIn	42,7%	41,0%	13,7%	2,3%	0,3%	0,0%	100%

Tabel 3.13 Minat Responden Melakukan Bentuk Promosi Diri di LinkedIn

Pada data yang didapat, 44,3% responden sangat setuju berminat mengunggah kualifikasi pendidikan di LinkedIn. 44,3% responden sangat setuju berminat mengunggah keterampilan dan kemampuan di LinkedIn. 45,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa responden berminat mengunggah prestasi dan pencapaian di LinkedIn, 42,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa berminat untuk mengunggah pengalaman (kerja dan organisasi) di LinkedIn. Pada minat melakukan bentuk-bentuk promosi diri di LinkedIn, data responden terpusat pada pernyataan setuju dan sangat setuju, yang artinya mayoritas responden akan melakukan promosi diri di LinkedIn.

Pertanyaan	Jawaban						Total
	SS	S	CS	KS	TS	STS	
Saya berniat untuk mengunggah kualifikasi pendidikan di Tiktok	18,3%	32,0%	21,3%	9,7%	15,7%	3,0%	100%
Saya berniat untuk mengunggah keterampilan dan kemampuan di Tiktok	21,0%	37,0%	22,3%	10,7%	7,0%	2,0%	100%
Saya berniat mengunggah prestasi dan pencapaian di Tiktok	17,3%	34,7%	22,7%	15,7%	8,0%	1,7%	100%
Saya berniat mengunggah pengalaman (kerja dan organisasi) di Tiktok	17,3%	35,3%	19,7%	16,3%	9,7%	1,7%	100%

Tabel 3.14 Minat Responden Melakukan Bentuk Promosi Diri di TikTok

Dari data yang tertera di tabel, mayoritas atau tepatnya 32% responden menyatakan setuju akan mengunggah kualifikasi pendidikan di TikTok. 37% responden menyatakan bahwa setuju berniat mengunggah keterampilan dan kemampuan di TikTok. 34,7% responden menyatakan setuju akan mengunggah prestasi dan pencapaian di TikTok. 35,3% responden menyatakan akan mengunggah pengalaman (kerja dan organisasi) di TikTok. Mayoritas responden menjawab setuju bahwa TikTok menjadi salah satu tempat untuk melakukan bentuk-bentuk promosi diri. Namun, jika dibandingkan dengan aplikasi lainnya, Tiktok menjadi aplikasi paling rendah untuk dipilih sebagai media untuk melakukan promosi diri.

Pertanyaan	Jawaban						Total
	SS	S	CS	KS	TS	STS	
Saya berniat untuk mengunggah kualifikasi pendidikan di Facebook	16,7%	36,7%	20,7%	12,3%	10,7%	3,0%	100%
Saya berniat untuk mengunggah keterampilan dan kemampuan di Facebook	15,0%	39,0%	21,7%	12,0%	9,7%	2,7%	100%
Saya berniat mengunggah prestasi dan pencapaian di Facebook	15,0%	35,7%	23,0%	12,3%	11,3%	2,7%	100%
Saya berniat mengunggah pengalaman (kerja dan organisasi) di Facebook	12,7%	38,3%	22,3%	13,3%	10,7%	2,7%	100%

Tabel 3.15 Minat Responden Melakukan Bentuk Promosi Diri di Facebook

Pada data yang telah dikumpulkan, mayoritas responden atau 36,7% menyatakan bahwa setuju akan mengunggah kualifikasi pendidikan di Facebook, sedangkan 3% menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. 39% responden menyatakan bahwa setuju berniat mengunggah keterampilan dan kemampuan di Facebook, sedangkan 2,7% sangat tidak setuju dengan pernyataan terkait. 35,7% responden menyatakan setuju akan mengunggah prestasi dan pencapaian di Facebook, sedangkan 2,7% sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. 38,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa berminat untuk mengunggah pengalaman (kerja dan organisasi) di Facebook, sedangkan 2,7% sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Walaupun mayoritas responden menjawab setuju bahwa akan melakukan rupa-rupa bentuk promosi diri di Facebook, namun jika dibandingkan dengan aplikasi lainnya, Facebook menjadi aplikasi yang paling banyak tidak dipilih responden untuk melakukan promosi diri.

Untuk variabel minat melakukan promosi diri, data yang telah dikumpulkan lalu dikategorisasikan dalam variasi yang dibagi menjadi 4, yaitu:

- e. Berminat ditunjukkan dengan skor 16-36
- f. Cenderung berminat ditunjukkan dengan skor 37-56
- g. Cenderung tidak berminat ditunjukkan dengan skor 57-76
- h. Tidak berminat ditunjukkan dengan skor 77-96

Skor	Kategori	Persentase
77-96	Berminat	53.3%
57-76	Cenderung Berminat	37%
37-56	Cenderung Tidak Berminat	9%
16-36	Tidak Berminat	0.7%

Tabel 3.16 Kategorisasi Minat Melakukan Promosi

Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berminat melakukan promosi diri sejumlah 160 responden atau 53,5%. Responden yang cenderung berminat melakukan promosi diri sejumlah 111 responden atau 37%. Responden yang cenderung tidak berminat berjumlah 27 responden atau 9%. Responden yang tidak berminat melakukan promosi diri berjumlah 2 responden atau 0.7%.