

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian tentang pengaruh *personal branding* di platform *LinkedIn* terhadap *acceptability* proses pemanggilan kerja, mendapatkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *personal branding* di *LinkedIn* terhadap tingkat *acceptability* roses pemanggilankerja di kalangan alumni Sosiologi Universitas Nasional tahun kelulusan 2021-2023. Hubungan antara *personal branding* di *LinkedIn* dan tingkat *acceptability* roses pemanggilankerja bersifat positif dan memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Yang mana, jika terjadi peningkatan pada variabel *personal branding* di *LinkedIn*, maka akan terjadi peningkatan pula pada tingkat *acceptability* roses pemanggilankerja. Dengan besar pengaruh antara kedua variabel sebesar 67%. Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa  $H_a$  di terima dan  $H_0$  di tolak.  $H_a$  menunjukkan bahwa *personal branding* di platform *LinkedIn* terhadap *acceptability* roses pemanggilankerja siswa berpengaruh secara positif dan signifikan.

#### 5.2 Saran

Dengan pengambilan kesimpulan bahwa variabel (X) yakni *personal branding* di *LinkedIn* memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 67% terhadap variabel (Y) yakni *acceptability* roses pemanggilankerja di kalangan alumni Sosiologi Universitas Nasional tahun kelulusan 2021-2023. Maka berdasarkan hasil ini, adapun sejumlah saran yang dapat penulis berikan kepada beberapa pihak terkait, sebagaimana berikut:

- 1) Bagi peneliti selanjutnya yang sekiranya akan mengkaji topik serupa, disarankan untuk dapat memperdalam topik penelitian dengan menambahkan variabel lain yang mungkin saja juga memengaruhi *acceptability* roses pemanggilan kerja. Selain itu, peneliti juga dapat mempertimbangkan metode mixed-methods agar dapat memperoleh data yang bersifat lebih holistik, baik

dari kacamata kuantitatif maupun kualitatif. Dan, tentunya perluasan cakupan populasi juga perlu dipertimbangkan dengan melibatkan alumni dari program studi atau universitas lain agar dapat memberikan suatu perbandingan yang lebih luas dan memperkaya hasil penelitian.

- 2) Untuk Program Studi Sosiologi Universitas Nasional, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan suatu wawasan penting yang bisa digunakan sebagai dasar pengembangan kurikulum atau program pelatihan kedepannya. Selain itu, Program Studi juga dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai suatu pijakan dalam menjalin kerja sama dengan perusahaan atau komunitas profesional guna mempersiapkan mahasiswa/i dalam menghadapi persaingan di dunia kerja yang semakin kompetitif.
- 3) Bagi para pembaca, khususnya alumni Sosiologi Universitas Nasional penelitian ini dapat menjadi pengingat akan pentingnya membangun *personal branding* yang kuat di era digital saat ini. Sedangkan, bagi para responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini, hasil yang diperoleh ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan dapat memotivasi agar terus mengoptimalkan pemanfaatan *LinkedIn* sebagai alat pendukung pengembangan karir profesional.

