

# Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengembangan Karir

Yani Andriani\*

Psikologi, Universitas Negeri Malang, Malang

\*Penulis Koresponden: Yani Andriani. Email: yanibima4567@gmail.com

## Abstrak

Di era globalisasi sekarang masyarakat Indonesia sudah mengenal teknologi-teknologi canggih seperti hand phone, laptop dan lain-lain, pengaruh media sosial terhadap pengembangan karir. Masyarakat Indonesia sekarang hampir 75% yang sudah tahu cara menerapkan serta mengembangkan karir mereka di dunia kerja yang mereka tekuni baik secara offline maupun secara online, seiring berjalannya waktu semua itu tidak terlepas dari pengaruh globalisasi yang semakin canggih sehingga mampu menghadirkan segala aplikasi untuk menunjang kebutuhan manusia.

**Kata kunci:** media sosial, pengembangan, karir

## 1. Pendahuluan

Pada umumnya, dulu sebelum berkembangnya globalisasi masyarakat Indonesia masih 40% orang yang bisa mengembangkan karir-karir mereka itupun hanya orang-orang yang kaya. Tapi seiring berjalannya waktu pengaruh globalisasi di Indonesia semakin canggih seperti perkembangan media sosial seperti Whatshap, Facebook, Youtube, Tiktok, Instagram, shoppe, Twiter DLL jadi masyarakat Indonesia dengan leluasa mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi, tingkat kehidupannya lebih baik, peluang kerja maupun pasar perdagangannya luas.

Pengaruh media sosial sangat penting bagi masyarakat Indonesia pada keadaan Covid 19 sekarang jika tidak ada media sosial maka masyarakat tidak ada yang berkerja karena pandemi jadi akan berdampak pada tingkat kemiskinan dan pengangguran semakin tinggi. Jadi dari beberapa media sosial di atas masyarakat Indonesia bisa mengembangkan karirnya seperti investasi, jualan online, menjadi guru bimbil online, mendapat informasi untuk mengembangkan karir dan kinerja diri seperti public speaking, informasi prestasi mahasiswa. Oleh karena kita sudah memiliki bakat seperti jualan online, investasi, bisnis, menjadi guru bimbil serta kita mempunyai kemampuan untuk berpublic speaking maka dengan mudahnya kita di terima oleh perusahaan karena kita sudah memiliki pengalaman kerja yang bagus. Dan dari media sosial ini suatu perusahaan mendapatkan jejaring informasi pertemanan antara klien yang satu dengan klien yang lain serta untuk mengembangkan perusahaan harus kita lihat di media sosial selain dari potensi kariawan, media sosial tempat untuk perusahaan mempromosikan barang dan untuk mendapatkan informasi berbagai peluang informasi seseorang.

Pengembangan karir sebagai serangkaian aktivitas sepanjang hidup (seperti workshop) yang berkontribusi pada eksplorasi, pemantapan, keberhasilan, dan pencapaian karir seseorang Dessler, (2010). Pengembangan karier bertujuan untuk mempermudah perusahaan dalam menjabarkan kompetensi yang dimiliki karyawan untuk kemudian disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dan keinginan karyawan dalam mengembangkan diri serta kariernya di perusahaan Veithzal Rivai, (2011).

Penelitian ini dilakukan di Dealer Honda Kartika Sari Dinoyo yang merupakan dealer resmi yang menjual berbagai macam jenis motor merek Honda dll. Dealer Honda kartika sari ini mengalami peningkatan pada saat kariawan nya melalukan promosi barang atau jasa di media sosial dan

hubungan kerja sama nya dengan perusahaan lain sangat luas serta banyak di ketahui oleh masyarakat karena sudah melihat poster dan pemflet yang perusahaan promosikan dimedia sosial baik di Instagram dan twiter.

## 2. Kajian Literatur

### 2.1 Pengertian pengaruh

Pengaruh adalah suatu keadaan yang ada hubungan timbal balik, atau hubungan sebab akibat antara apa yang di mempengaruhi. Disisi lain pengaruh adalah berupa daya yang bisa memicu sesuatu, menjadikan sesuatu berubah, maka jika salah satu yang disebut pengaruh tersebut berubah, maka akan ada akibat yang ditimbulkannya.

### 2.2 Pengertian media sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog , jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunkan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Andreas Kaplan dan Michael Haelein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2,0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan twiter.

### 2.3 Pengertian pengembangan karir

Pengembangan karir menurut Nawawi (2006:99), pengembangan karir adalah sesuatu rangkaian (urutan) posisi atau jabatan yang ditempati seseorang selama masa kehidupan tertentu. Pengertian ini menempatkan posisi/jabatan seseorang pekerja dilingkungan suatu organisasi/perusahaan, sebagai bagian rangkain dari posisi/jabatan yang ditempatinya selama masa kehidupannya.

Pengertian dari Mangkunegara (2005:78), berpendapat bahwa pengembangan karir adalah aktivitas kepegawaian yang membantu karyawan merencanakan karier masa depan mereka di perusahaan agar perusahaan dan pegawai yang bersangkutan dapat mengembangkan diri secara maksimum.

Dari pengertian pengembangan karir di atas, pekerja dan organisasi atau perusahaan mempunyai peran masing-masing dalam usaha pengembangan karir. Pekerja mempunyai tugas berupa perencanaan karir dan organisasi atau perusahaan mempunya tugas memberikan bantuan berupa program-program pengembangan karir, agar pekerja yang potensial dapat mencapai setiap jenjang karir sejalan dengan usaha mewujudkan perencanaan karirnya.

### 2.4 Tujuan pengembangan karir

Tujuan pengembangan karier yang dikemukakan Mangkunegara (2005:77) adalah sebagai berikut :

- a. Membantu dalam pencapaian tujuan individu dan perusahaan. Pengembangan karier membantu pencapaian tujuan perusahaan dan tujuan individu.
- b. Menunjukkan hubungan kerjasama pegawai. Perusahaan merencanakan karier pegawai dengan meningkatkan kesejahteraan pegawai agar pegawai lebih tinggi loyalitasnya.

- c. Membantu pegawai menyadari kemampuan potensi mereka. Pengembangan karier membantu menyadarkan pegawai akan kemampuannya untuk menduduki suatu jabatan tertentu sesuai dengan potensi dan keahliannya.
- d. Memperkuat hubungan pegawai dan perusahaan. Pengembangan karier akan memperkuat hubungan pegawainya terhadap perusahaannya.
- e. Membuktikan tanggung jawab sosial. Pengembangan karier suatu cara menciptakan iklim-iklim kerja yang positif dan pegawai-pegawai menjadi lebih mental sehat.
- f. Membantu pemerkuat pelaksanaan program-program perusahaan. Pengembangan karier membantu program-program perusahaan lainnya agar tujuan perusahaan tercapai.
- g. Mengurangi turnover dan biaya pegawai. Pengembangan karier dapat menjadikan turnover rendah dan begitu pula biaya pegawainya menjadi lebih efektif.
- h. Mengurangi keusangan profesi dan manajerial. Pengembangan karier dapat menghindarkan dari keusangan dan kebosanan profesi dan manajerial.

## 2.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan karier

Menurut Siagian (2012:207), faktor yang mempengaruhi pengembangan karir adalah sebagai berikut:

- a. Perlakuan yang adil dalam berkarier  
Hal ini bisa terwujud apabila kriteria promosi didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang objektif, rasional dan diketahui secara luas dikalangan pegawai.
- b. Kepedulian para atasan langsung  
Para kariawan pada umumnya mendaptkan terlibatan atasan langsung mereka dalam perencanaan karir masing-masing. Salah satu bentuk kepedulian itu adalah memberikan umpan balik kepada para pegawai tentang pelaksanaan tugas masing-masing sehingga para pegawai tersebut mengetahui potensi yang perlu diatasi. Pada umpan baik para pegawai mengenai langkah awal apa saja yang perlu diambilnya agar kemungkinannya untuk di promisikan menjadi lebih besar.
- c. Informasi tentang berbagai peluang promosi  
Para pegawai pada umumnya mengharapkan bahwa mereka memiliki akses kepada informasi tentang berbagai peluang untuk dipromosikan. Jika akses demikian tidak ada atau sangat terbatas para pekerja akan mudah beranggapan bahwa prinsip keadilan dan kesamaan dan kesempatan untuk dipertimbangkan tidak diharapkan dalam organisasi.
- d. Minat untuk dipromosikan  
Pendekatan yang tepat untuk digunakan dalam hal menumbuhkan minat para pekerja untuk mengembangkan karir ialah pendekatan yang fleksibel dan proaktif.
- e. Tingkat kepuasan  
Dimana secara umum dikatakan setiap orang ingin meraih kemajuan, termasuk dalam meniti karir, ukuran keberhasilan yang digunakan memang berbeda-beda.

## 3. Metode

### 3.1 Jenis penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dengan kata lain metode penelitian merupakan suatu cara yang digunakan untuk mencari dan menemukan data yang diperoleh dalam penelitian dan membuat analisa dengan

maksud agar penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Penelitian ini dilakukan secara individu, sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis.

### **3.2 Subjek penelitian dan kolaborator penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pegawai Dealer Honda Kartika Sari Dinoyo jalan Mayjen M. T. Haryono Ruko Istana Dinoyo Kav.a9-a10, Dinoyo, Lowokwaru, Malang City, East Java. Pegawai ini bernama Ayu sebagai Promosi.

### **3.3 Kriteria subjek**

Kriteria subjek yaitu seorang kariawan, sebagai promosi dan melayani pembeli yang datang langsung dari tamu

Pertanyaan

- a. Dalam melakukan promosi teknik apa saja yang ibu lakukan, apakah turun langsung dari lapangan atau mempromosikan lewat media sosial secara online?
- b. Jika ibu melakukan secara online apa saja pengaruh media sosial terhadap promosi yang ibu lakukan?
- c. Coba ibu sebutkan kelebihan dari promosi lewat media sosial secara online?

Jawaban

- a. Dalam melakukan promosi saya menggunakan teknik turun lapangan secara langsung dan saya juga menggunakan media sosial sebagai tempat promosi seperti lewat Instagram, Tiktok dan DII
- b. Pengaruh media sosial pada saat saya melakukan promosi yaitu dimana semuanya terasa mudah karena saya tidak perlu turun promosi dengan membawa browser dari rumah ke rumah hanya menyediakan hp saya untuk melakukan promosi yang disertai dengan caption yang menarik dan pamflet yang bagus agar peminatnya banyak.
- c. Kelebihan dari promosi lewat media sosial yaitu semua orang melihat postingan kita, tidak menguras tenaga untuk turun lapangan dan membuat saya lebih pintar dalam menyusun caption pada saat promosi.

### **3.4 Teknik pengumpulan data**

Metode wawancara atau interview merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, tanpa menggunakan pedoman wawancara.

Dalam proses pengumpulan data pada penelitian ini, penelitian menggunakan metode wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah pertanyaan-pertanyaan mengarahkan jawaban dalam pola pertanyaan yang dikemukakan. Jadi pewawancara sudah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang lengkap yang mengenai pengaruh media sosial terhadap promosi.

## **4. Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan konseptual diatas maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

- a. Media sosial berpengaruh bagi perkembangan karir seseorang karyawan pada Dealer Honda Kartika Sari Dinoyo

- b. Promosi seorang karyawan berpengaruh terhadap media sosial pada Dealer Honda Kartika Sari Dinoyo.

## 5. Kesimpulan

Dilihat dari perusahaan Dealer Honda Kartika Sari Dinoyo media sosial sangat berpengaruh terhadap pengembangan karir kariawan maupun perkembangan dari perusahaan tersebut, dimana media ini dijadikan sebagai tempat untuk mempromosi potensi ataupun bakat yang kariawan punya serta barang atau jasa dari perusahaan tersebut, oleh karena itu dari proses promosi tersebut maka perusahaan dealer honda kartika sari itu banyak dikenal masyarakat maupun perusahaan lainnya untuk menjalin kerjasama. Dan dari media sosial ini jaringan kerja sama akan luas tanpa kita turun lapangan untuk membagikan poster, pamflet di lingkungan masyarakat karena sudah ada media sosial sebagai tempat untuk promosi,kerjasama dll.

## Rujukan

<https://id.scribd.com/document/452151425/MAKALAH-PENGEMBANGAN-KARIR>

<http://digilib.uinsby.ac.id/15465/4/Bab%202.pdf>