

Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Pembentukan Identitas Profesional Mahasiswa Tingkat Akhir melalui Budaya Citra Digital di LinkedIn

DOI: <https://doi.org/10.32509/petanda.v8i1.7009>

Miralda Fitria Miatikatresna*, Mirna Nur Alia Abdullah

Universitas Pendidikan Indonesia

Jl. Dr. Sethiabudi No. 229. Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154, Indonesia

*Email Korespondensi: miraldafiria@upi.edu

Abstract - The rise of LinkedIn as a professional social media platform has encouraged senior students to shape their professional identities through image-building practices in the digital space. This study aims to analyze the process of professional identity formation among students at Indonesia University of Education through Erving Goffman's dramaturgical perspective. A qualitative approach using Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) was applied through in-depth interviews with eight informants, comprising four senior students as primary informants, two alumni, and two Human Resources practitioners as supporting informants, selected using purposive sampling. The results indicate that students actively construct their professional identities through front-stage and back-stage practices, including the selection of experiences, the construction of self-narratives, and the management of profile presentations tailored to the expectations of professional audiences. The audience, particularly recruiters, acts as a shaping factor that determines the direction of identity construction. External validation from recruiters was found to reinforce and encourage the continuous enhancement of students' self-representation. The findings also indicate a potential gap between reality and the displayed identity; however, these practices are understood as a form of contextual adaptation to digital professional norms, rather than identity manipulation. Thus, the formation of professional identity on LinkedIn is performative, contextual, and relational.

Keywords: Dramaturgy; LinkedIn; Professional Identity; Performative Professionalism; Senior Undergraduates

Abstrak - Perkembangan LinkedIn sebagai media sosial profesional mendorong mahasiswa tingkat akhir untuk membentuk identitas profesional melalui praktik budaya citra di ruang digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses pembentukan identitas profesional mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman. Pendekatan kualitatif dengan metode Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) diterapkan melalui wawancara mendalam terhadap delapan informan, terdiri dari empat mahasiswa tingkat akhir sebagai informan utama, dua alumni, dan dua praktisi Human Resource sebagai informan pendukung yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa secara aktif membangun identitas profesional melalui praktik front stage dan back stage, mencakup seleksi pengalaman, penyusunan narasi diri, serta pengelolaan tampilan profil yang disesuaikan dengan ekspektasi audiens profesional. Audiens, khususnya rekruter, berperan sebagai faktor pembentuk yang menentukan arah konstruksi identitas. Validasi eksternal dari rekruter terbukti memperkuat dan mendorong peningkatan representasi diri mahasiswa secara berkelanjutan. Temuan juga mengindikasikan adanya potensi kesenjangan antara realitas dan identitas yang ditampilkan, namun praktik tersebut dipahami sebagai bentuk adaptasi

kontekstual terhadap norma profesional digital, bukan manipulasi identitas. Dengan demikian, pembentukan identitas profesional di LinkedIn bersifat performatif, kontekstual, dan relasional

Kata Kunci: Dramaturgi; LinkedIn; Identitas Profesional; Mahasiswa Tingkat Akhir

Pendahuluan

Pada era industri 4.0, pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Namun dengan demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa persaingan dalam memperoleh kesempatan kerja semakin ketat. Hal ini disebabkan oleh ketidakseimbangan antara ketersediaan lapangan pekerjaan dan peningkatan jumlah lulusan sarjana setiap tahunnya dari berbagai perguruan tinggi (Ria & Zainudin, 2019:39). *Prospect and jisc* di Inggris telah melakukan survey terhadap 7 ribu mahasiswa serta lulusan perguruan tinggi. Hasil survey tersebut menyatakan bahwa 45% mahasiswa setelah lulus perkuliahan tidak siap untuk bekerja. Hal tersebut disebabkan oleh minimnya pengalaman dan rendahnya *career adaptability* yang menyebabkan mahasiswa kesulitan beradaptasi dan memahami bagaimana transisi dunia perkuliahan ke dunia kerja (Putri et al., 2024:2)

Salah satu strategi untuk meningkatkan kesiapan kerja dilakukan melalui perencanaan karier, yang mencakup penetapan tujuan karier, penyusunan langkah-langkah strategis untuk mencapainya, serta evaluasi terhadap perkembangan yang telah dicapai (Putri et al., 2024:3). Melihat permasalahan tersebut, mahasiswa perlu untuk mengelola dan mengembangkan citra diri sehingga individu dapat dikenali melalui nilai, keterampilan, serta karakteristik khas yang dimilikinya (I. A. Putri et al., 2025:5). Proses pembentukan dan pengelolaan citra diri yang khas dan autentik dilakukan untuk merepresentasikan keahlian, nilai, serta karakteristik individu. Proses ini bertujuan untuk mentransformasikan kompetensi yang dimiliki menjadi nilai guna yang dapat dirasakan oleh berbagai pihak, termasuk pemangku kepentingan dan masyarakat luas, oleh karena itu pembentukan citra profesional perlu mulai dilakukan sejak masa studi, mengingat periode ini merupakan tahap awal bagi mahasiswa untuk membangun identitas profesional, mengembangkan kompetensi yang relevan, serta menyesuaikan diri dengan tuntutan dan ekspektasi dunia kerja di masa mendatang (I. A. Putri et al., 2025:4).

Pencarian kerja setelah lulus perkuliahan dapat dilakukan melalui berbagai media sosial seperti JobStreet, Glints dan LinkedIn. Namun terdapat keunggulan dalam salah satu media sosial sebagai platform profesional, yaitu LinkedIn. Keunggulan tersebut ialah berfungsi sebagai sarana kegiatan profesional yang terintegrasi, media pencarian informasi yang kredibel, serta ruang personal branding yang mendukung proses rekrutmen. Keunggulan tersebut menjadikan LinkedIn sebagai preferensi utama bagi pencari kerja dan profesional (Daffa et al., 2025:155). Dalam konteks penelitian ini, karakteristik tersebut memperkuat relevansi LinkedIn sebagai ruang sosial profesional yang memungkinkan mahasiswa membangun dan menampilkan citra *performative professionalism* dalam proses transisi menuju dunia kerja serta untuk membentuk identitas profesional.

Media sosial seperti LinkedIn, memungkinkan pengguna untuk membangun *digital identity* sesuai dengan diri ideal yang ingin diperlihatkan dan dipersepsikan oleh khalayak global. LinkedIn juga merupakan jejaring sosial profesional yang memungkinkan penggunanya menampilkan pengalaman, pencapaian, keterampilan, serta aktivitas profesional secara terbuka. Pemanfaatan media juga dapat digunakan individu dalam membangun dan mengembangkan kariernya (Setiawan et al., 2025:46). Hal tersebut berdampak langsung pada individu yang berada dalam fase transisi menuju dunia kerja, salah satunya mahasiswa tingkat akhir.

Platform LinkedIn juga berfungsi sebagai ruang sosial profesional, sebagai upaya untuk membangun identitas profesional (Wijaya et al., 2025:1250). Mahasiswa dapat

mengembangkan jejak digital profesionalnya melalui platform LinkedIn (Salma et al., 2024:483). Proses ini menjadikan LinkedIn sebagai arena pembentukan makna profesionalisme yang bersifat sosial dan kolektif (Pertiwi, 2020:26). Dalam proses transisi tersebut, profesionalisme tidak hadir sebagai konsep yang bersifat objektif. Profesionalisme dipahami secara beragam melalui simbol, nilai, dan praktik sosial yang berkembang di lingkungan sosial tertentu. Identitas profesional dan cara menampilkannya di media sosial telah diteliti oleh berbagai bidang ilmu. Sebagian besar peneliti sepakat bahwa teknologi dan media modern memengaruhi pembentukan identitas profesional (Kasperuniene, 2019: 8).

Namun, dalam praktiknya, penggunaan media sosial kerap diwarnai dengan kecenderungan memoles citra profesional secara berlebihan, sehingga berpotensi mengaburkan realitas kompetensi yang sesungguhnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana presentasi diri, tetapi juga sebagai ruang yang secara aktif membentuk dan memperkuat konstruksi makna profesionalisme. Dengan demikian, standar ideal mengenai bagaimana identitas profesional seharusnya ditampilkan di ruang publik digital semakin diproduksi dan direproduksi melalui dinamika media sosial (Rajiv Umardi et al., 2025:1601). (Muhammad Rajiv Umard, 2025)

Dalam praktiknya, penggunaan LinkedIn oleh mahasiswa tingkat akhir melibatkan proses budaya citra *performative*, yaitu tindakan menampilkan profesionalisme melalui unggahan pencapaian, sertifikat, pengalaman magang, maupun narasi diri yang disusun secara sadar. Seperti dalam penelitian Maharani (2024:24) menjelaskan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) Unsoed memiliki *hustle culture* artinya seseorang bekerja keras secara berlebihan untuk mencapai kesuksesan, salah satunya dalam membangun karier, mahasiswa FISIP berlomba- lomba mengumpulkan sertifikat pelatihan, *bootcamp*, magang, dan kerja untuk portofolio digital yang kemudian di unggah di LinkedIn. Tindakan tersebut tidak hanya merepresentasikan kompetensi, tetapi juga berfungsi sebagai bentuk pengelolaan kesan di hadapan publik digital. Melalui proses *performative* ini, profesionalisme tidak hanya dijalani, tetapi juga dipentaskan sebagai identitas sosial yang diharapkan memperoleh pengakuan (Maharani, 2024:24).

Sejumlah penelitian terdahulu umumnya menyoroti LinkedIn sebagai sarana personal branding, pengembangan karier, dan perluasan jejaring profesional. Selain itu, studi fenomenologis tentang kecemasan eksistensial Generasi Z pasca lulus kuliah juga menggambarkan bahwa banyak lulusan berada dalam kondisi belum bekerja, masih mencari kerja, atau merasa kehilangan arah setelah kelulusan, yang menunjukkan adanya tekanan psikologis dan kebingungan identitas pada fase transisi dari mahasiswa ke pencari kerja (Purwanto, 2025:301). Sejumlah penelitian terdahulu umumnya menyoroti LinkedIn sebagai sarana personal branding, pengembangan karier, dan perluasan jejaring profesional. Studi lain juga membahas kecemasan eksistensial mahasiswa pada masa transisi pasca kelulusan. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji proses pembentukan identitas profesional mahasiswa tingkat akhir melalui praktik budaya citra dan *performative professionalism* di LinkedIn dengan menggunakan perspektif dramaturgi Erving Goffman masih terbatas. Padahal, mahasiswa tingkat akhir berada pada fase transisional yang rentan terhadap tuntutan untuk menampilkan profesionalisme di ruang digital. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami bagaimana identitas profesional dikonstruksi, dinegosiasikan, dan ditampilkan melalui LinkedIn.

Penelitian ini didukung oleh teori dramaturgi, Erving Goffman. Dalam konteks ini, profesionalisme dipraktikkan secara *performative* melalui pengelolaan Kesan, dan narasi diri yang ditujukan untuk memperoleh pengakuan sosial, selain itu LinkedIn juga dipahami sebagai ruang interaksi sosial tempat mahasiswa menampilkan peren professional. Dengan demikian,

berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini memfokuskan pada pemahaman mengenai bagaimana mahasiswa tingkat akhir Universitas Pendidikan Indonesia menjalani praktik *performative professionalism* sebagai pembentukan identitas pada masa transisi menuju dunia kerja. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pembentukan identitas profesional mahasiswa Tingkat akhir Universitas Pendidikan Indonesia melalui budaya citra profesional di LinkedIn. Pembentukan citra profesional mahasiswa di LinkedIn menunjukkan pola yang sejalan dengan konsep perkembangan *self* menurut George Herbert Mead. Mead (2015) menjelaskan bahwa diri tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan terbentuk melalui proses interaksi, di mana individu belajar memahami makna dari tindakan orang lain. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak lagi sekadar meniru, tetapi sudah menginternalisasi nilai-nilai dan etika profesional di LinkedIn (Rajiv Umardi et al., 2025). Oleh karena itu, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian identitas profesional di ruang digital dan dinamika transisi menuju dunia kerja.

Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami pengalaman subjektif mahasiswa dalam konteks fenomena sosiologi digital dengan menempatkan pengalaman subjektif dan proses pemaknaan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia, sebagai fokus utama. Penelitian ini membaca dinamika makna profesionalisme melalui pengalaman reflektif mahasiswa dengan menggunakan teknik analisis *interpretative phenomenological analysis* (IPA).

Metodologi

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sugiyono (2017:8) menyebutkan bahwa pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti kondisi objek secara alamiah tanpa manipulasi, dimana peneliti menjadi instrumen kunci. Pendekatan kualitatif digunakan untuk meneliti isu- isu kompleks seperti fenomenan pembentukan citra *performative professionalism* di sosial media khususnya aplikasi LinkedIn yang memerlukan pemahaman mendalam terhadap pengalaman manusia dari perspektif itu sendiri.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan fenomenologi. Fenomenologi merupakan ilmu pengetahuan apa yang tampak mengenai sesuatu gejala atau fenomena yang pernah menjadi pengalaman manusia yang dapat dijadikan tolak ukur untuk mengadakan suatu penelitian kualitatif (Rusmini, 2017). Dalam konteks penelitian ini, metode fenomenologi digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana mahasiswa tingkat akhir Universitas Pendidikan Indonesia memilih LinkedIn sebagai ruang sosial. Metode ini sesuai untuk menggali proses pembentukan identitas profesional melalui citra *performative professionalis* di LinkedIn. Selan itu, metode ini juga memungkinkan peneliti untuk membedah bagaimana makna dari mahasiswa tingkat akhir Universitas Pendidikan Indonesia dalam konteks penggunaan LinkedIn sebagai ruang sosial identitas profesional.

Lokasi Penelitian dilakukan di Kota Bandung Jawa Barat. Tepatnya di Universitas Pendidikan Indonesia. Pemilihan informan dilakukan dengan cara menggunakan teknik *purposive sampling*. Partisipan penelitian terdiri dari 8 informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, meliputi 4 mahasiswa tingkat akhir sebagai informan utama, 2 alumni Universitas Pendidikan Indonesia, dan 2 praktisi Human Resource (HR) sebagai informan pendukung. Kriteria inklusi informan mahasiswa yaitu terdaftar minimal semester 7, memiliki akun LinkedIn aktif, secara sadar mengelola profil profesional, serta pernah membagikan konten bernuansa profesional. Alumni dipilih dengan kriteria lulus dalam 1–3

tahun terakhir dan memiliki pengalaman menggunakan LinkedIn pada masa transisi kerja, sedangkan HR memiliki pengalaman menggunakan LinkedIn dalam proses rekrutmen.

Prosedur penelitian dilakukan melalui empat tahapan, yaitu tahap persiapan berupa studi literatur dan penyusunan pedoman wawancara, tahap pengumpulan data melalui observasi nonpartisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi, tahap analisis data, serta tahap penarikan kesimpulan dan validasi data melalui triangulasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan pendekatan *interpretative phenomenological analysis* (IPA) untuk memahami pengalaman subjektif informan. Data analisis menggunakan model analisis menurut Jonathan A. Smith (2011) yang meliputi:

1. Reading and re-reading: Peneliti membaca dan menelaah ulang transkrip wawancara secara berulang untuk memahami pengalaman informan secara mendalam.
2. Initial noting: Peneliti membuat catatan awal terhadap data berupa komentar deskriptif, linguistik, dan konseptual.
3. Developing emergent themes: Mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari hasil interpretasi data.
4. Searching for connections across emergent themes: Menghubungkan tema-tema yang telah ditemukan untuk membentuk pola keterkaitan antar tema.
5. Moving to the next case: Mengulangi proses analisis pada setiap kasus atau informan secara individual.
6. Looking for patterns across cases: Mengidentifikasi pola, persamaan, dan perbedaan antar kasus untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Validitas data dilakukan melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari mahasiswa tingkat akhir, alumni, dan HR, sedangkan triangulasi teknik dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk meningkatkan kredibilitas temuan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Representasi Identitas Profesional melalui Profil LinkedIn

Hasil penelitian menunjukkan bahwa LinkedIn dimanfaatkan oleh mahasiswa tingkat akhir tidak hanya sebagai platform pencarian kerja, tetapi juga sebagai ruang sosial profesional untuk menampilkan dan membangun identitas profesional. Melalui pengelolaan profil, penyusunan pengalaman, serta pemilihan informasi yang ditampilkan, mahasiswa secara sadar melakukan praktik representasi diri untuk membangun citra profesional di ruang digital. Praktik tersebut mencerminkan bentuk *performative professionalism*, di mana profesionalisme tidak hanya dijalani, tetapi juga dipresentasikan kepada audiens melalui tampilan profil LinkedIn.



Gambar 1. Tampilan Profil LinkedIn Mahasiswa sebagai Representasi Identitas Profesional

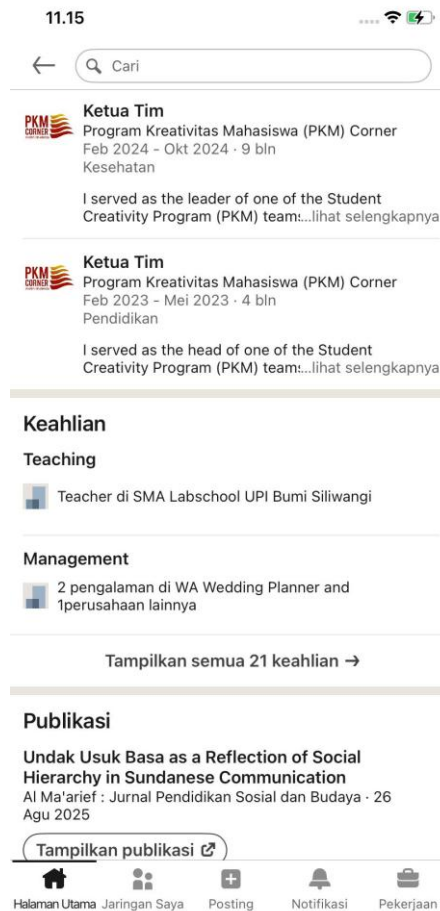
Gambar 1. menampilkan profil LinkedIn informan yaitu mahasiswa tingkat akhir Universitas Pendidikan Indonesia. Tampilan profil LinkedIn informan yang memuat foto profil, headline, serta ringkasan pengalaman dan latar belakang pendidikan. Pada bagian ini terlihat bagaimana informan secara sadar membangun citra profesional melalui pemilihan foto formal, penggunaan deskripsi diri yang strategis, serta penonjolan identitas akademik dan pengalaman organisasi. Tampilan ini merepresentasikan proses *self-presentation* yang terkurasi sebagai bentuk awal dari pembentukan identitas profesional di ruang digital.

Informan menampilkan identitas profesional secara jelas, termasuk nama lengkap, foto formal, dan headline yang relevan dengan bidang keilmuan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah memahami pentingnya konsistensi dalam membangun citra diri sebagai bagian dari pembentukan identitas profesional. Temuan ini juga sejalan dengan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa penyusunan profil LinkedIn dilakukan secara sadar untuk mendukung citra profesional yang ingin ditampilkan. Pemanfaatan LinkedIn secara aktif terbukti membantu mahasiswa dalam meningkatkan kesiapan menghadapi dunia kerja (Pena et al., 2022:1).



Gambar 2. *Experience dan Certifications* pada Profil LinkedIn sebagai Representasi Kompetensi Profesional

Memperlihatkan bagian pengalaman (*experience*) dan sertifikasi (*licenses & certifications*) yang diunggah oleh informan pada profil LinkedIn. Informasi yang ditampilkan tidak seluruh aktivitas yang pernah diikuti, melainkan telah melalui proses seleksi. Hal ini menunjukkan adanya praktik *impression management*, di mana responden memilih pengalaman yang dianggap relevan dan mendukung citra profesional yang ingin dibangun. Praktik tersebut mengindikasikan bentuk *performative professionalism* dalam representasi diri mahasiswa tingkat akhir. Pada bagian *experience*, informan mencantumkan beberapa pengalaman serta kegiatan akademik yang relevan dengan bidang studinya. Gambar 2 memperlihatkan bahwa *experience* informan meliputi; (1) *Social Media Content Creator*, (2) *Teacher*, (3) *Event Menegement Division*, (4) *Administraive Secretary*, (5) Ketua Tim Program Kreativitas Mahasiswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa informan menampilkan portofolio akademik yang mendukung kesiapan karier serta menjadi sarana untuk menegaskan kompetensi yang dimiliki. Melalui proses seleksi dan penampilan pengalaman tersebut, informan secara tidak langsung sedang membangun dan menegosiasikan identitas profesionalnya di ruang digital, sehingga profil LinkedIn berfungsi sebagai medium pembentukan identitas profesional mahasiswa tingkat akhir yang ingin dipersepsikan sebagai individu yang kompeten, aktif, dan siap memasuki dunia kerja. Portofolio digital tidak hanya di buat dengan bebas namun mahasiswa memiliki strategi khusus Ketika membuatnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa portofolio digital adalah bagian dari aktivitas *personl branding* (Muhammad Rajiv Umard, 2025: 1601). Temuan ini juga sejalan dengan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa mahasiswa secara selektif menampilkan pengalaman yang di anggap paling relevan dengan minat dan tujuan kariernya.



Gambar 3. Aktivitas Postingan LinkedIn (Keahlian)

Gambar 3. menunjukkan aktivitas informan dalam membagikan konten atau postingan di LinkedIn sebagai bagian dari upaya membangun visibilitas profesional. Konten yang diunggah umumnya berupa pengalaman organisasi, pencapaian akademik, serta aktivitas yang berkaitan dengan pengembangan diri. Hal ini menunjukkan bahwa LinkedIn tidak hanya digunakan sebagai platform pencarian kerja, tetapi juga sebagai ruang untuk menampilkan eksistensi profesional secara public.

Melalui aktivitas tersebut, informan berupaya membangun citra sebagai individu yang aktif dan kompeten di bidangnya. Postingan yang dibagikan menjadi bagian dari strategi dalam memperkuat identitas profesional secara berkelanjutan di ruang digital. Temuan ini juga sejalan dengan hasil wawancara yang menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung membagikan pengalaman yang relevan dan mendukung citra profesional yang ingin ditampilkan di LinkedIn.

Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil analisis menggunakan pendekatan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) terhadap 8 informan yang terdiri dari 4 mahasiswa Tingkat akhir Universitas Pendidikan Indonesia sebagai informan kunci, 2 alumni dan 2 HR sebagai informan pendukung. Penelitian ini menemukan beberapa tema utama yang merepresentasikan pengalaman mahasiswa dalam membangun identitas profesional di LinkedIn, yaitu: (1) LinkedIn sebagai Ruang Representasi Identitas Profesional (2) Seleksi dan Konstruksi Pengalaman (Impression Management) (3) Persiapan dan Pengelolaan Tampilan Diri (Back

Stage) (4) Performativitas Profesional sebagai Adaptasi terhadap Norma Digital (5) Peran Audiens dalam Membentuk Representasi Diri (6) Validasi Eksternal sebagai Penguat Identitas Profesional.

LinkedIn sebagai Ruang Representasi Identitas Profesional

Seluruh informan kunci secara konsisten memaknai LinkedIn bukan sekadar platform pencarian kerja, melainkan sebagai ruang sosial profesional tempat identitas profesional dikonstruksi dan ditampilkan secara publik. Pemaknaan ini bukan bersifat pasif mahasiswa secara aktif memosisikan LinkedIn sebagai medium strategis untuk membuat dirinya "terlihat" oleh audiens profesional yang tepat. Hal ini merupakan titik awal dari proses pembentukan identitas profesional: sebelum identitas itu dikonstruksi, terlebih dahulu harus ada kesadaran bahwa platform ini adalah panggung yang tepat untuk menampilkannya. Informan kunci pertama (Dila, 22) menggambarkan dorongan tersebut secara eksplisit:

"Aku tuh pengen ngasih tau kalo misalkan aku tuh ada gitu, di dunia ini gitu. Aku seorang mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia yang interest gitu ke data analis... Nah mungkin salah satu caranya tuh lewat media sosial ataupun lewat LinkedIn."

Frasa "aku tuh ada" dalam pernyataan Dila mengandung makna yang lebih dalam dari sekadar eksistensi digital. Ini adalah pernyataan identitas sebuah upaya untuk menegaskan keberadaan dirinya sebagai aktor profesional di hadapan audiens yang lebih luas. Kesadaran ini menjadi fondasi dari seluruh praktik *performative professionalism* yang dilakukan informan di LinkedIn.

Dimensi strategis dari pemaknaan LinkedIn sebagai ruang representasi diperkuat oleh informan kunci kedua (Andini, 21). Berbeda dari Dila yang menekankan aspek eksistensi, Andini menyoroti bagaimana LinkedIn menyediakan infrastruktur platform yang secara inheren mendukung proses pembentukan citra profesional sesuatu yang ia rasa tidak dapat dipenuhi oleh media sosial lain:

"LinkedIn tuh emang tempatnya orang membranding dirinya secara profesional. Emang tempatnya, deh. Aku nge-upload tentang pencapaian aku di LinkedIn tersebut karena ya itu tadi emang tempatnya."

Pengulangan frasa "emang tempatnya" dalam pernyataan Andini bukan sekadar penegasan verbal biasa. Hal ini mencerminkan internalisasi norma sosial yang melekat pada LinkedIn sebagai ruang eksklusif bagi praktik profesional. Andini tidak memilih LinkedIn karena fitur teknisnya semata, melainkan karena ia memahami bahwa audiens profesional termasuk HR dan rekruter secara kolektif telah menetapkan LinkedIn sebagai arena legitimasi kompetensi. Kesadaran akan norma kolektif ini mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan cara mereka menampilkan diri agar sesuai dengan ekspektasi ruang tersebut, yang pada gilirannya menjadi bentuk konkret dari budaya citra *performative professionalism* dalam konteks penelitian ini.

Lebih jauh, pemaknaan LinkedIn sebagai ruang pembentukan identitas juga terlihat dari cara informan membedakannya secara tegas dari platform lain. Informan kunci keempat (Regita, 21) menegaskan bahwa LinkedIn memiliki fungsi yang lebih fundamental dibandingkan sekadar mencari kerja:

"LinkedIn itu tuh menurut aku dia fokusnya bukan hanya mencari kerja tapi dia itu lebih membangun citra diri kita mau jadi seperti apa nantinya."

Pernyataan Regita menggeser pemahaman tentang LinkedIn dari platform transaksional artinya mencari dan mendapatkan kerja, ke platform identitas yaitu membangun "diri profesional masa depan". Frasa "mau jadi seperti apa nantinya" mengindikasikan bahwa proses pembentukan identitas profesional di LinkedIn bersifat proyekatif dan aspiratif bukan hanya

merepresentasikan siapa diri saat ini, tetapi secara aktif mengonstruksi versi diri yang diharapkan oleh audiens profesional. Temuan ini sejalan langsung dengan fokus penelitian yang menelaah bagaimana mahasiswa tingkat akhir membentuk identitas profesional melalui praktik budaya citra di LinkedIn, identitas itu tidak ditemukan, melainkan secara sadar dibangun dan diproyeksikan.

Pemaknaan yang berkembang di kalangan mahasiswa ini mendapat konfirmasi dari perspektif informan pendukung yang telah melewati fase tersebut. Alumni pertama (Ashabil,23) menawarkan kerangka konseptual yang lebih matang tentang fungsi LinkedIn:

"Profil LinkedIn itu adalah CV online kita. Dan pada saat kita mau melamar pekerjaan, kita pasti akan menyesuaikan CV kita itu pun berlaku di LinkedIn."

Metafora "CV online" yang digunakan Aria mengungkap cara pandang alumni terhadap LinkedIn merupakan sebuah dokumen identitas yang hidup, dinamis, dan dapat disesuaikan dengan konteks audiens. Bagi alumni yang telah memasuki dunia kerja, kesadaran ini terbentuk melalui pengalaman langsung berinteraksi dengan sistem rekrutmen sebuah perspektif yang belum sepenuhnya dimiliki mahasiswa tingkat akhir, namun menjadi referensi penting dalam memahami mengapa pembentukan identitas di LinkedIn bersifat strategis dan terstruktur.

Dari sisi rekrutmen, HR Senior (Rara, 24) mengonfirmasi bahwa LinkedIn memang berfungsi sebagai ruang utama pencarian kandidat, sekaligus menegaskan bahwa identitas yang ditampilkan di platform ini menjadi pintu masuk pertama dalam penilaian profesionalitas:

"Kandidat-kandidat yang lumayan fit-nya itu di LinkedIn. Mau itu level junior sampai level manajerial, banyaknya kita dapatnya dari LinkedIn."

Dari perspektif HR, pernyataan ini mengonfirmasi bahwa LinkedIn telah menjadi infrastruktur rekrutmen yang diakui secara luas bukan pilihan, melainkan keharusan bagi mereka yang ingin masuk ke pasar kerja formal. Lebih dari itu, fakta bahwa rekruter dari berbagai level jabatan menggunakan LinkedIn sebagai sumber utama kandidat menunjukkan bahwa ruang ini memiliki hierarki legitimasi yang tinggi. Artinya, identitas profesional yang dibangun di LinkedIn bukan hanya dilihat, tetapi dinilai, diperbandingkan, dan dijadikan dasar keputusan rekrutmen. Hal inilah yang membuat praktik performative professionalism mahasiswa di LinkedIn memiliki konsekuensi nyata, bukan sekadar aktivitas digital semata.

Secara keseluruhan, hal ini menunjukkan bahwa kesadaran mahasiswa terhadap LinkedIn sebagai ruang representasi identitas profesional bukan muncul secara kebetulan, melainkan terbentuk melalui interaksi antara pengalaman pribadi, norma sosial yang berkembang di platform, dan konfirmasi dari pihak-pihak yang memiliki otoritas di dunia kerja. Kesadaran inilah yang menjadi titik tolak dari seluruh praktik pembentukan identitas profesional yang akan diuraikan pada tema-tema

Seleksi dan Konstruksi Pengalaman (*Impression Management*)

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak mengunggah seluruh pengalaman yang mereka miliki secara acak. Sebaliknya, mereka melakukan proses seleksi dan konstruksi yang cermat memilih mana yang relevan, membuang yang tidak sejalan dengan arah karier, dan menyusunnya sedemikian rupa agar membentuk narasi identitas yang koheren. Proses inilah yang menjadi inti dari praktik *impression management* dalam konteks pembentukan identitas profesional di LinkedIn. Informan kunci pertama (Dila, 22) menggambarkan prinsip seleksi ini secara tegas:

"Usahakan kita menonjolkan sisi, misalkan kita suka di data analis, suka di bidang pendidikan, suka di apa, kita menonjolkan di situ... perlu dipilih-pilih kayak yang cocok sejalan dengan career path atau tidak."

Pernyataan Dilla mengungkap bahwa seleksi pengalaman bukan semata soal estetika profil, melainkan soal konsistensi narasi identitas. Pengalaman yang tidak sejalan dengan arah karier, meskipun nyata, dianggap tidak layak tampil karena berpotensi mengaburkan citra profesional yang ingin dibangun. Ini mencerminkan kesadaran bahwa audiens LinkedIn khususnya rekruter membaca profil sebagai sebuah narasi tunggal, bukan kumpulan pengalaman yang berdiri sendiri-sendiri. Kesadaran tersebut bahkan mendorong informan untuk merevisi profil yang sudah ada. (Dila, 22) mengakui pernah menghapus pengalaman lama yang dirasa tidak relevan:

"Pernah banget... waktu itu masih belum tahu, aku tuh mau jadi apa. Jadi kayak apa yang aku lakuin, nanti aku masukin ke LinkedIn. Ternyata LinkedIn tuh bukan cuma untuk media dimana kita menuliskan semua kegiatan yang kita lakukan."

Pengakuan ini menunjukkan adanya proses pembelajaran dan pematangan strategi representasi diri dari profil yang bersifat akumulatif menjadi profil yang bersifat selektif dan tematik. Hal ini menegaskan bahwa pembentukan identitas profesional di LinkedIn bukan peristiwa tunggal, melainkan proses yang terus disempurnakan seiring berkembangnya kesadaran diri dan tujuan karier informan.

Informan kunci kedua (Andini, 21) dan ketiga (Abdul, 22) menunjukkan pola yang sama namun dengan tingkat kesadaran strategis yang lebih eksplisit. Andini memfokuskan profilnya secara ketat pada satu bidang:

"Aku di fokusin ke satu, aku lebih ke penulisan dan juga mungkin editing-editing dan juga sama itu penelitian, jadi aku fokus sama itu."

Sementara Abdul bahkan menyesuaikan konstruksi pengalamannya berdasarkan target perusahaan yang berbeda:

"CV pun aku setiap perusahaan aku melakukan CV-nya itu akan berbeda dari gaya bahasa, dari penggunaan kata yang dipilih, dari penghargaan, project experience yang aku masukin itu akan disesuaikan dengan siapa yang aku pilih supaya relevan."

Pernyataan Abdul mengungkap dimensi yang lebih canggih dari *impression management* merupakan identitas profesional yang ditampilkan bukan entitas tunggal yang tetap, melainkan dikalibrasi sesuai konteks audiens. Ini menunjukkan bahwa proses seleksi dan konstruksi pengalaman bersifat dinamis dan responsif terhadap ekspektasi pihak yang dituju.

Dari sisi informan pendukung, alumni yaitu (Rizki, 25) menegaskan bahwa ketidakkonsistenan tema justru menjadi hambatan bagi rekruter untuk memahami profil kandidat:

"Kalau misalnya terlalu random... kita yang bingung, yang lihatnya bingung, yang mau ngelihatnya juga bingung. Karena kan kalau bekerja itu udah harus spesifik kita harus punya fokusnya tersendiri."

HR (Fadila,24) mengonfirmasi bahwa profil yang menampilkan fokus tematik yang jelas langsung memberikan kesan yang lebih meyakinkan dalam proses skrining awal:

"Yang dia fokuskan dan yang akan dia jelaskan ke orang-orang lain adalah bagaimana pengalaman dia di bidang tersebut... Kesan yang akan kita tampilkan: 'Oh berarti dia berpengalaman nih di HR gitu, karena semua pengalamannya relevan.'"

Temuan ini menegaskan bahwa seleksi dan pengalaman di LinkedIn merupakan mekanisme inti dari *impression management* dalam pembentukan identitas profesional mahasiswa tingkat akhir. Identitas yang tampil bukan cerminan utuh dari diri informan, melainkan hasil kurasi yang disengaja untuk memenuhi ekspektasi audiens profesional di ruang digital.

Proses Persiapan dan Pengelolaan Tampilan Diri (*Back Stage*)

Di balik profil LinkedIn yang terlihat rapi dan terstruktur, terdapat ruang yang tidak terlihat oleh public adalah proses persiapan, pertimbangan, dan penyuntingan yang dilakukan informan sebelum konten dipublikasikan. Ruang inilah yang dalam perspektif dramaturgi Goffman disebut sebagai *back stage* arena di mana aktor mempersiapkan penampilannya jauh dari pandangan audiens. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *back stage* bukan bagian yang sepele, melainkan tahap yang menentukan kualitas representasi identitas profesional yang akhirnya tampil di *front stage*. Informan kunci pertama (Dila, 22) menggambarkan proses persiapan ini secara konkret:

"Kalau aku biasanya kalau untuk dokumen, aku persiapkan dulu dokumen yang memang bisa menunjukkan kalau itu sudah melakukan sertifikat magang, sertifikat uji kompetensi, atau PDF yang menjelaskan proyeknya itu apa."

Informan (Della,22) menunjukkan bahwa *back stage* bukan sekadar proses menulis ulang kalimat, melainkan menyiapkan bukti material yang akan memperkuat kredibilitas identitas profesional yang ditampilkan. Keberadaan dokumen pendukung ini mengubah profil dari sekadar narasi diri menjadi representasi yang terverifikasi sebuah strategi yang secara langsung memperkuat dimensi *performative professionalism* dalam penelitian ini. Lebih jauh, (Dila, 22) juga melakukan penyaringan terhadap poin-poin yang akan dicantumkan agar tidak berlebihan:

"Misalkan ada 7 sampai 6 poin, itu kan mungkin terlalu panjang. Nah di situ kita bisa me-filter... 3 sampai 4 poin sudah cukup untuk menunjukkan kompetensi."

Proses penyaringan ini mencerminkan kesadaran informan bahwa representasi profesional yang efektif bukan tentang menampilkan sebanyak mungkin, melainkan menampilkan yang paling bermakna. Informan kunci kedua (Andini,21) menegaskan bahwa proses *back stage* juga mencakup penyuntingan bahasa agar tidak terkesan artifisial:

"Aku nggak mau asal aja gitu... karena aku takut. Aku draft dulu, dan aku kadang juga dari situ, cuma tetep sama aku diparafrase lagi supaya tulisannya tuh bisa manusiawi."

Kekhawatiran (Andini, 21) terhadap tulisan yang terkesan "tidak manusiawi" mengungkap tegangan yang dialami informan antara tuntutan profesionalisme formal dan kebutuhan untuk tetap terlihat autentik. Proses parafrase yang dilakukan bukan sekadar perbaikan gaya bahasa, melainkan upaya untuk menjaga keseimbangan antara citra yang dikonstruksi dan diri yang sesungguhnya sebuah negosiasi identitas yang terjadi di ruang *back stage* sebelum konten dipublikasikan.

Informan kunci keempat (Regita, 21) menambahkan bahwa *back stage* juga mencakup evaluasi berkala terhadap relevansi pengalaman yang pernah diunggah:

"Pas nge-setting-in-nya, aku selalu memposisikan pengalaman yang 4 atau 5 tahun ke belakang. Karena kalau misalkan udah lewat atau sebelumnya banget itu udah gak relevan ya."

Alumni (Ashabil,23) dan HR (Fadila,24) dari sisi informan pendukung memperkuat temuan ini dari dua arah yang berbeda. Ashabil menggambarkan proses riset mandiri sebagai bagian dari *back stage*-nya:

"Pertama pasti kita lihat orang-orang profesional... memastikan semua kolom yang tersedia di sana itu terisi, setiap sectionnya terisi, kenapa? Karena aku merasa itu menjadi poin plus."

Sementara Fadila mengonfirmasi bahwa rekruter pun dapat membaca jejak proses *back stage* dari tampilan profil kandidat:

"Semakin banyak informasi yang dimasukkan, semakin detail apa yang dia jelaskan di situ itu juga akan sangat membantu kita untuk proses screening."

Temuan ini memperlihatkan bahwa *back stage* bukan sekadar persiapan teknis, melainkan ruang negosiasi identitas yang menentukan seberapa kuat dan koheren identitas profesional yang akhirnya tampil di hadapan audiens. Apa yang terlihat di *front stage* adalah hasil akhir dari serangkaian keputusan yang dibuat secara sadar di balik layar.

Performativitas Profesional sebagai Adaptasi terhadap Norma Digital

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa jawabannya tidak bersifat hitam-putih. Informan memang menampilkan versi diri yang berbeda dari keseharian mereka di LinkedIn, namun perbedaan tersebut tidak dipahami sebagai kepalsuan melainkan sebagai bentuk adaptasi kontekstual yang sah terhadap norma dan ekspektasi ruang profesional digital. Informan kunci pertama (Dila, 22) merefleksikan perbedaan tersebut dengan jernih:

"Kalau untuk identitas itu jelas ya, namanya bekerja ya kita bekerja. Tapi kalau di kehidupan ya mungkin kita masih manusia biasa ya masih bisa nongkrong, ketawa-ketawa. Tapi ketika untuk profesionalitas ya kita tunjukkan."

Pernyataan Dilla menggambarkan bahwa informan memahami identitas profesional sebagai mode yang diaktifkan secara kontekstual bukan identitas palsu, melainkan salah satu aspek diri yang relevan untuk konteks tertentu. Dalam kerangka *performative professionalism*, hal ini berarti profesionalisme di LinkedIn bukan sesuatu yang dimiliki secara inheren, melainkan sesuatu yang secara aktif dipentaskan sesuai tuntutan panggung.

Informan kunci kedua (Andini, 21) mengakui adanya kesenjangan antara diri yang ditampilkan dan realitasnya, namun menegaskan batas etis yang dijaganya:

"Pasti kalau gap ada ya antara diri aku yang di LinkedIn sama aku langsung. Karena pasti yang kita upload itu yang baik-baiknya aja... tapi yang aku pastikan, aku gak bohong pencapaian aku memang aku capai."

Penegasan "aku gak bohong" dari Andini mengungkap kesadaran moral yang menyertai praktik performativitas ini. Informan tidak sekadar mengelola kesan, tetapi juga menjaga agar representasi diri yang dikonstruksi tetap berpijak pada realitas kompetensi yang benar-benar dimiliki. Ini membedakan *performative professionalism* dari sekadar manipulasi citra.

Informan kunci ketiga (Abdul, 22) memberikan kerangka konseptual yang lebih eksplisit untuk memaknai fenomena ini:

"Aku menilainya itu sebagai identitas langsung sebagai sebuah perbedaan tempat... ada yang namanya istilah multi identitas. Jadi sebuah term di mana kita not only has one identity but multi-identity more than one."

Konsep multi-identitas yang digunakan Abdul menawarkan cara pandang yang lebih kaya: seseorang dapat memiliki beberapa lapisan identitas yang berbeda sesuai konteksnya, dan semuanya autentik dalam ruang masing-masing. LinkedIn bukan tempat kepalsuan, melainkan konteks spesifik yang mengaktifkan lapisan identitas profesional yang berbeda dari lapisan yang aktif di ruang-ruang kehidupan lainnya.

Perspektif alumni (Ashabil, 23) memperkuat argumen ini dengan menegaskan bahwa batas antara performativitas dan autentisitas terletak pada kebenaran substansi yang ditampilkan:

"Profesional yang dimaksud itu adalah apa yang kita tampilkan itu adalah sesuatu hal yang baik, yang benar, dan memang nyata apa adanya... Yang ditampilkan itu harus beneran real, nyata apa adanya."

HR (Rara, 24) mengonfirmasi dari sisi rekrutmen bahwa performativitas yang ditampilkan di LinkedIn merepresentasikan identitas pekerjaan, bukan identitas pribadi secara utuh:

"Kalau untuk temen-temen yang bekerja di industri kreatif, konten yang mereka upload di LinkedIn itu merepresentasikan identitas diri tapi bukan identitas pribadi tapi identitas pekerjaan, kayak: 'Ini adalah gaya kerjaku ketika aku bekerja.'"

Temuan ini menunjukkan bahwa performativitas profesional di LinkedIn merupakan respons adaptif mahasiswa terhadap norma ruang digital yang menuntut representasi diri yang terarah dan profesional. Identitas yang tampil adalah hasil negosiasi antara diri yang sesungguhnya dengan ekspektasi sosial yang berlaku sebuah proses yang wajar dan bahkan diperlukan dalam konteks transisi menuju dunia kerja.

Peran Audiens dalam Membentuk Representasi Diri

Representasi diri di LinkedIn tidak terjadi dalam ruang vakum. Kehadiran audiens baik yang nyata maupun yang dibayangkan secara aktif membentuk keputusan mahasiswa tentang apa yang ditampilkan, bagaimana cara menampilkannya, dan seberapa jauh batas performativitas yang mereka lakukan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa audiens bukan sekadar penonton pasif, melainkan faktor pembentuk yang menentukan arah dan strategi representasi identitas profesional di LinkedIn.

Informan kunci kedua (Andini, 21) secara eksplisit menyatakan bahwa seluruh konten profilnya dirancang dengan target audiens yang spesifik:

"Kalau dari aku sendiri, gak ada pikiran buat ini ke temen-temen. Karena emang tujuan LinkedIn aku bukan buat itu lebih ke HR dan juga recruitment. Makanya kenapa LinkedIn aku lebih difokuskan itu karena bidang yang aku kuasai."

Pernyataan ini mengungkap mekanisme penting dalam pembentukan identitas profesional, identitas yang dikonstruksi bukan cerminan bebas diri informan, melainkan respons terhadap bayangan audiens yang diantisipasi. Andini tidak membangun profil untuk dirinya sendiri ia membangunnya untuk rekruter yang akan membacanya. Orientasi audiens ini yang menentukan pilihan konten, gaya bahasa, hingga bidang yang ditonjolkan.

Informan kunci ketiga (Abdul, 22) menunjukkan dimensi yang lebih strategis yaitu target audiens yang berbeda mendorong penyesuaian konten yang berbeda pula:

"Target audience... ada hubungannya dengan arah karir... Kalau aku sendiri kan karena memang aku tertariknya di bidang marketing, consulting, bisnis jadi aku coba untuk bangun dari penggunaan kata, dari deskripsi, dari postingan... disesuaikan dengan tujuan karir yang aku ingin."

Respons audiens yang bersifat nyata bukan hanya yang dibayangkan juga menjadi elemen pembentuk identitas profesional. Informan kunci pertama (Della, 22) mengungkapkan bahwa pengalaman dihubungi oleh perusahaan memperkuat keyakinannya bahwa strategi representasi yang diterapkan sudah tepat:

"Waktu itu aku beberapa kali sempat daftar untuk sertifikasi kompetensi ataupun ikut internship gitu. Nah itu tuh perlu untuk mencantumkan LinkedIn itu salah satu bukti di mana HR tuh bisa melihat kita dari situ."

Alumni (Rizki, 25) menegaskan bahwa memperluas jangkauan audiens melalui koneksi yang relevan merupakan bagian integral dari strategi membangun visibilitas profesional:

"Di LinkedIn itu kita berusaha untuk membangun engagement profile kita... dengan kapasitas maksimalnya, misal send connection terus ke orang-orang di LinkedIn bisa sampai 500 connection, 1000 connection, dan juga kita membuat postingan."

HR (Rara, 24) mengonfirmasi dari sisi rekruter bahwa penilaian terhadap kandidat memang dimulai dari cara mereka mengelola kehadiran dan interaksi dengan audiens di LinkedIn:

"Yang meyakinkan itu misalnya dari segi konten yang dia upload, apakah itu relevan dengan posisi yang dia iklankan... terkait dengan postingannya sama interaksinya."

Temuan ini memperlihatkan bahwa audiens dalam konteks LinkedIn berfungsi sebagai cermin eksternal yang secara terus-menerus memantulkan ekspektasi profesional kepada mahasiswa. Semakin tajam mahasiswa membaca siapa audiensnya dan apa yang diharapkan dari mereka, semakin terarah pula konstruksi identitas profesional yang mereka bangun di platform ini.

Validasi Eksternal sebagai Penguat Identitas Profesional.

Proses pembentukan identitas profesional di LinkedIn tidak berakhir pada saat profil selesai dibangun. Terdapat satu elemen krusial yang menyempurnakan siklus tersebut yaitu validasi eksternal dari audiens. Ketika rekruter mengirim pesan, perusahaan menawarkan internship, atau koneksi profesional terbentuk melalui platform, momen-momen tersebut berfungsi bukan hanya sebagai peluang karier, tetapi juga sebagai konfirmasi bahwa identitas profesional yang dikonstruksi telah berhasil melampaui layar dan diakui oleh dunia nyata. Informan kunci pertama (Dila, 22) menggambarkan pengalaman dihubungi oleh perusahaan dari luar negeri sebagai titik balik dalam pemahamannya tentang kekuatan representasi diri di LinkedIn:

"Dia tuh mencari di bidang data analis... company-nya itu di Toronto sama New York, waktu itu aku ditawarkan program untuk internship remote... dan dia bilang kayak: 'Kami tertarik dengan profil kamu.' Di situ aku benar-benar mikir, karena aku pakai bahasa Inggris, ternyata peluangnya gak cuman di Indonesia aja."

Peristiwa yang dialami Dila mengungkap fungsi ganda dari validasi eksternal yaitu: pertama, sebagai konfirmasi bahwa strategi representasi yang diterapkan berhasil menjangkau audiens yang dituju; kedua, sebagai pendorong untuk terus mengembangkan dan memperbarui identitas profesional yang dibangun. Validasi ini mengubah LinkedIn dari sekadar platform menjadi arena bukti nyata bahwa identitas profesional yang dikonstruksi memiliki konsekuensi yang

Informan kunci kedua (Andini, 21) mengungkapkan bahwa respons rekruter justru muncul di saat ia merasa belum cukup layak dan hal itulah yang mengubah cara pandangnya:

"Waktu aku dihubungi, sebenarnya aku merasa bahwasannya aku belum layak ya. Tapi ternyata dengan hal-hal kecil yang aku bangun dari LinkedIn tuh bisa bikin orang-orang yang butuh di bidang aku untuk menghubungi aku... Itu yang akhirnya mendorong aku: 'Oh ternyata aku harus terus meningkatkan branding diri aku.'"

Pernyataan Andini mengungkap dimensi psikologis yang penting dari validasi eksternal artinya Andini tidak hanya memperkuat identitas yang sudah ada, tetapi juga mendorong informan untuk melampaui batas persepsi diri yang sebelumnya membatasi mereka. Validasi dari luar menjadi katalis bagi pertumbuhan identitas profesional yang lebih percaya diri.

Informan kunci keempat (Regita, 21) menambahkan bahwa validasi tidak serta-merta menimbulkan kepuasan yang stagnan, melainkan mendorong penetapan target baru yang lebih tinggi:

"Ada kepuasan saat itu, tapi tetap aku kejar untuk target selanjutnya. Jadi ada kepuasan saat itu, tapi tetap aku kejar."

Alumni (Ashabil) merefleksikan bahwa dari sudut pandang seseorang yang telah melewati fase mahasiswa, dihubungi oleh HR merupakan penanda konkret bahwa investasi dalam membangun profil LinkedIn telah membuahkan hasil:

"Ternyata berhasil apa yang udah aku bangun, udah aku buat tuh ternyata berhasil untuk menarik HR. Salah satu keberhasilan dari kita bikin profil profesional di LinkedIn itu ya ada orang yang nge-hire, ada orang yang reach out kita."

HR (Fadila, 24) mengonfirmasi dari sisi rekruter bahwa profil yang aktif dan lengkap secara langsung membangkitkan minat untuk menindaklanjuti kandidat tersebut lebih jauh:

"Kalau dia punya LinkedIn yang aktif, oke berarti dia bagus ada poin plus. Menimbulkan rasa penasaran kita terhadap kandidat ini, jadi kita pengen ngobrol banyak nih sama dia dari apa yang dia sajikan."

Secara keseluruhan, hal ini menunjukkan bahwa validasi eksternal merupakan elemen yang menggenapi siklus pembentukan identitas profesional di LinkedIn. Ia bukan sekadar hadiah dari proses yang telah dilakukan, melainkan umpan balik yang aktif membentuk ulang dan memperkuat identitas profesional informan secara berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, validasi eksternal menjadi bukti empiris bahwa praktik *performative professionalism* mahasiswa di LinkedIn tidak berhenti pada tataran simbolik, tetapi memiliki dampak nyata dalam proses transisi mereka menuju dunia kerja.

Pembahasan

Berdasarkan enam tema yang ditemukan melalui analisis IPA, pembahasan berikut menginterpretasikan temuan penelitian dengan mengaitkannya pada teori dramaturgi Erving Goffman serta penelitian-penelitian relevan. Keenam tema tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk satu siklus pembentukan identitas profesional yang koheren dan saling menguatkan.

Front Stage sebagai Representasi Identitas Profesional di LinkedIn

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa tingkat akhir Universitas Pendidikan Indonesia memanfaatkan LinkedIn sebagai ruang untuk menampilkan identitas profesional secara terbuka kepada publik. Profil LinkedIn yang disusun mencakup foto formal, *headline* yang relevan, riwayat pengalaman, serta sertifikasi yang dipilih secara selektif. Mahasiswa secara sadar menyesuaikan tampilan profilnya dengan bidang yang sedang ditekuni agar terlihat kompeten dan terarah secara profesional. Sebagaimana diungkapkan oleh informan, penyusunan *headline* dilakukan "menyesuaikan aja dengan apa yang sedang dijalani, biar ketahuan dia lagi di bidang apa."

Temuan ini dapat dianalisis melalui perspektif dramaturgi Erving Goffman. Dalam kerangka teori tersebut, *front stage* merujuk pada situasi di mana individu menampilkan peran formalnya secara sadar di hadapan audiens, layaknya seorang aktor yang memainkan peran tertentu dalam suatu pertunjukan sosial (Hastuti et al., 2018: 114). Dalam konteks LinkedIn, *front stage* menjadi arena simbolik tempat mahasiswa menampilkan citra ideal sebagai individu yang kompeten, produktif, dan siap memasuki dunia profesional. Identitas yang ditampilkan bukan merupakan refleksi utuh dari individu, melainkan hasil seleksi dan pengemasan pengalaman yang dianggap relevan dan bernilai di mata audiens seperti perekrut atau profesional lainnya.

Sejalan dengan itu, Parawansah (2026: 130) menjelaskan bahwa dalam konteks digital, *front stage* dapat terlihat pada media sosial publik, di mana individu menampilkan prestasi, penampilan menarik, atau citra diri yang diinginkan audiens. Setiap tindakan dan informasi yang ditampilkan diatur sedemikian rupa agar menciptakan kesan yang positif dan sesuai dengan norma sosial profesional. Temuan ini juga memperkuat pernyataan Wang (2022) dalam Putra (2024: 195) bahwa platform komunikasi digital seperti LinkedIn mendukung apa yang pernah digambarkan Goffman sebagai penampilan dramaturgikal diri, yang kini diimajinasikan ulang dalam konteks algoritmik dan interaktif. Namun penelitian Wang (2022) lebih berfokus pada identitas profesional pekerja yang telah berada di dunia kerja. Sedangkan penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang masih berada pada fase transisi pun telah melakukan konstruksi identitas profesional secara strategis sejak sebelum memasuki pasar kerja.

Lebih lanjut, temuan dari perspektif rekruter (informan pendukung) memperkuat bahwa apa yang ditampilkan mahasiswa di *front stage* LinkedIn memiliki dampak nyata dalam proses rekrutmen. Rekruter menggunakan LinkedIn untuk melihat gambaran awal kandidat, termasuk latar belakang, pengalaman, dan bidang yang ditekuni. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Pena et al., 2022: 789) yang menyatakan bahwa LinkedIn menyediakan tempat di mana individu dapat memperkenalkan diri sebagai pelamar kerja dan menunjukkan citra positif mereka kepada calon pemberi kerja, sehingga pemanfaatan LinkedIn secara aktif terbukti membantu mahasiswa meningkatkan kesiapan menghadapi dunia kerja. Namun perlu dikritisi bahwa studi (Pena et al., 2022) dilakukan pada konteks pengguna LinkedIn yang sebagian besar sudah berada di dunia kerja, sehingga asumsi tentang kesiapan dan kapasitas presentasi diri sudah lebih mapan. Berbeda dari itu, informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang masih dalam fase transisi, sehingga *front stage* yang mereka bangun bersifat proyektif dan aspiratif merepresentasikan diri yang “ingin menjadi”, bukan sekadar diri yang “sudah ada”. Kondisi ini menunjukkan bahwa teori dramaturgi Goffman perlu diperluas untuk menangkap dimensi temporal identitas digital yang belum sepenuhnya tertangkap oleh penelitian (Pena et al., 2022)

Jika dibandingkan dengan penelitian (Kasperuniene, 2019:8) yang mengkaji pembentukan identitas profesional di berbagai platform media sosial secara lintas disiplin, temuan penelitian ini memiliki kesamaan dalam hal bahwa teknologi dan media modern memengaruhi cara individu menampilkan diri secara profesional. Namun, penelitian ini memberikan kedalaman yang lebih spesifik: tidak hanya menunjukkan bahwa platform membentuk identitas, tetapi juga mengungkap mekanisme konkret bagaimana mahasiswa tingkat akhir secara aktif mengonstruksi *front stage* mereka melalui pilihan visual, narasi headline, dan seleksi pengalaman. Perbedaan konteks juga perlu dicermati secara kritis. Studi (Pena et al., 2022) dilakukan pada konteks profesional yang sudah mapan, di mana pengguna LinkedIn adalah individu yang telah atau sedang bekerja. Berbeda dengan itu, informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang masih dalam fase transisi, sehingga *front stage* yang mereka bangun bersifat aspiratif dan proyektif merepresentasikan diri yang “ingin menjadi”, bukan hanya diri yang “sudah ada”. Kondisi ini menunjukkan bahwa teori dramaturgi Goffman, meskipun tetap relevan, perlu diperluas untuk menangkap dimensi temporal identitas digital: bahwa *front stage* di LinkedIn tidak sekadar menampilkan kompetensi yang dimiliki saat ini, tetapi juga menegosiasikan identitas masa depan yang belum sepenuhnya terwujud.

***Back Stage* sebagai Proses di Balik Representasi Profesional**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi identitas profesional yang ditampilkan mahasiswa di LinkedIn tidak terjadi secara spontan. Sebelum memperbarui profil, mahasiswa terlebih dahulu memilih pengalaman yang sesuai dengan bidang yang dituju, merapikan bahasa agar terkesan lebih formal, serta mengevaluasi kembali isi profil secara berkala. Sebagaimana diungkapkan informan: "Sebelum ditaro di LinkedIn biasanya dipilih dulu mana yang cocok sama bidang yang mau dituju" dan "Biasanya dirapihin dulu bahasanya biar lebih formal sebelum dimasukin ke LinkedIn." Proses ini mencerminkan adanya ruang *back stage* yang berlangsung sebelum mahasiswa tampil di *front stage* digital.

Dalam perspektif dramaturgi Goffman, *back stage* adalah ruang privat di mana individu mempersiapkan penampilan sebelum ditampilkan kepada audiens (Hastuti et al., 2018:115). Di panggung belakang, individu terbebas dari segala pengawasan sosial sehingga dapat berperilaku lebih bebas tanpa harus mempertahankan citra yang diinginkan oleh masyarakat. Ruang ini menjadi tempat di mana individu dapat meninjau kembali tindakannya, mengevaluasi interaksi

sosial yang telah terjadi, dan mengembangkan strategi untuk peran yang akan dimainkan di masa depan (East, 2021: 58).

Pentingnya temuan ini secara teoretis terletak pada pergeseran makna *back stage* dalam konteks digital. East (2021: 58) menggambarkan *back stage* sebagai ruang di mana individu bebas dari pengawasan sosial. Namun dalam praktik LinkedIn mahasiswa, *back stage* justru merupakan ruang yang sangat terstruktur dan terdisiplinkan bukan ruang kebebasan, melainkan ruang persiapan yang penuh perhitungan. Mahasiswa tidak “bersantai” di *back stage*, mereka menyusun strategi, melakukan riset, dan mensimulasikan bagaimana profil mereka akan dibaca. Ini menunjukkan bahwa di era digital, *back stage* dan *front stage* tidak lagi terpisah secara tegas keduanya merupakan bagian dari satu proses konstruksi identitas yang berkelanjutan dan saling membentuk (Parawansah, 2026:131). Implikasi konseptualnya adalah bahwa teori dramaturgi perlu mempertimbangkan dimensi “latihan tanpa henti” sebagai ciri khas *back stage* digital, di mana batas antara persiapan dan penampilan menjadi kabur karena platform terus merekam dan menampilkan jejak proses tersebut.

Back stage dalam konteks digital muncul pada percakapan privat, grup tertutup, atau proses internal yang tidak ditampilkan secara public di mana individu mengekspresikan perasaan, evaluasi, atau ide yang tidak ingin dibagikan kepada audiens luas (Parawansah, 2026:131). Proses seleksi konten, penyusunan bahasa, dan evaluasi profil yang dilakukan mahasiswa sebelum mengunggahnya ke LinkedIn merupakan manifestasi nyata dari *back stage* digital. Temuan ini mengonfirmasi bahwa representasi profesional yang ditampilkan di LinkedIn merupakan hasil dari proses negosiasi antara diri yang sebenarnya dengan diri yang ingin ditampilkan.

Perspektif rekruter juga mendukung temuan ini. HR menilai bahwa profil yang rapi dan lengkap menunjukkan bahwa kandidat telah mempersiapkan profilnya dengan baik dan tidak asal mengisi. Hal ini sejalan dengan Wang (2022) dalam (Putra, 2024: 195) yang menyatakan bahwa kurasi identitas profesional bersifat dinamis, berkembang seiring para profesional muda beradaptasi dengan konteks sosial dan ekonomi yang berubah. Dengan demikian, proses *back stage* bukan semata persiapan teknis, melainkan bagian dari strategi manajemen identitas yang berkelanjutan dan disengaja. Perlu dikritisi bahwa studi (Wang, 2022) dan (Putra, 2024) yang menjadi acuan dalam sub-bahasan ini umumnya berfokus pada identitas digital secara umum, tanpa membedakan antara pengguna yang sudah profesional dan yang masih dalam tahap pembentukan identitas. Dalam konteks mahasiswa tingkat akhir, *back stage* bukan hanya ruang persiapan teknis, tetapi juga ruang pembelajaran identitas di mana mahasiswa pertama kali belajar apa artinya “terlihat profesional” secara digital. Temuan ini juga menunjukkan keterbatasan konsep *back stage* Goffman yang dikembangkan pada era pra-digital, dalam konteks LinkedIn, batas antara *back stage* dan *front stage* menjadi lebih cair, karena bahkan proses persiapan pun meninggalkan jejak digital (misalnya riwayat pengeditan profil) yang berpotensi terbaca oleh algoritma platform. Hal ini tidak tertangkap oleh Apriliani 2020 yang mengkaji presentasi diri guru PAUD di media sosial secara lebih umum, sehingga temuan penelitian ini menawarkan kontribusi yang lebih bernuansa dalam memahami *back stage* di ruang profesional digital.

***Impression Management* dalam Pembentukan Citra Profesional**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa secara aktif mengelola kesan (*impression management*) melalui penggunaan LinkedIn sebagai media pembentukan citra profesional. Mahasiswa menampilkan informasi yang dianggap dapat memberikan kesan positif di mata audiens, khususnya rekruter. Konten yang diunggah disesuaikan dengan tujuan profesional hanya pengalaman yang relevan yang dipublikasikan. Sebagaimana diungkapkan

informan: "LinkedIn tuh lebih menampilkan yang bagus bagusnya saja karena tujuannya buat personal branding di dunia profesional, buat menarik perhatian rekruter."

Dalam perspektif dramaturgi Goffman, *impression management* merupakan upaya individu untuk mengontrol bagaimana dirinya dipersepsikan orang lain. Individu secara sadar maupun tidak sadar menyesuaikan perilaku, ekspresi, bahasa, dan sikap untuk menjaga konsistensi citra diri di mata publik (Parawansah, 2026:134). Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pengguna pasif, tetapi sebagai aktor sosial yang secara aktif mengatur bagaimana identitasnya dipersepsikan oleh orang lain.

Hal ini memperkenalkan dimensi konseptual baru yang dapat disebut sebagai *impression management* dalam konteks LinkedIn bukan sekadar strategi presentasi diri melainkan sebuah praktik pembentukan subjektivitas profesional. Goffman dalam (Parawansah, 2026:134) awalnya memahami *impression management* sebagai upaya menjaga konsistensi citra di hadapan audiens yang hadir. Namun temuan penelitian ini menunjukkan bahwa di LinkedIn, *impression management* bersifat antisipatif dan projektif artinya mahasiswa tidak hanya merespons audiens yang ada, tetapi secara aktif membayangkan dan membangun audiens ideal yang belum tentu nyata. Hal ini penting secara teoritis karena mengindikasikan bahwa identitas profesional di era digital tidak sepenuhnya dibentuk oleh pengalaman yang telah ada, tetapi juga oleh aspirasi terhadap pengalaman yang belum terjadi sebuah dimensi temporalitas identitas yang belum banyak dibahas dalam literatur dramaturgi klasik. Dengan demikian, *impression management* di LinkedIn berkontribusi pada pembentukan apa yang dapat disebut sebagai "identitas yang sedang dalam proses menjadi" (*identity-in-becoming*), bukan sekadar representasi dari kompetensi yang sudah dimiliki (Putra, 2024: 194).

Wang (2022) melalui Putra (2024: 194) menjelaskan bahwa proses kurasi diri merupakan inti dari pembentukan identitas profesional, di mana individu secara selektif menampilkan pengalaman, keterampilan, dan pencapaian yang memperkuat narasi tertentu. Strategi kurasi semacam ini sering didorong oleh visibilitas algoritmik, di mana pengguna menyesuaikan konten untuk meningkatkan daya tarik profesional dan keterlibatan. Hal ini relevan dengan temuan penelitian, di mana mahasiswa mempertimbangkan relevansi setiap konten sebelum dipublikasikan: "Dipertimbangkan dulu postingannya relevan atau enggak, kalau enggak ya mending nggak usah."

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Apriliani (2020: 81) yang menyatakan bahwa individu cenderung mengkhawatirkan bagaimana dirinya digambarkan oleh orang lain, sehingga hal tersebut memotivasi seseorang untuk mengonstruksi citra dirinya sesuai dengan apa yang disukai oleh audiens. Dalam konteks LinkedIn, dorongan tersebut terwujud dalam praktik seleksi dan konstruksi pengalaman yang dilakukan mahasiswa secara sadar sebelum konten dipublikasikan. Apriliani (2020: 84) lebih lanjut menjelaskan bahwa strategi presentasi diri di media sosial dilakukan dengan memperlihatkan hal-hal yang positif dan menghilangkan kesan yang negatif, serta mengontekstualisasikan konten dengan cara yang menyenangkan bagi audiens. Hal ini mencerminkan praktik *impression management* yang ditemukan dalam penelitian ini, di mana mahasiswa tingkat akhir tidak menampilkan seluruh pengalamannya, melainkan memilih dan menyusun narasi diri yang dianggap paling relevan dengan ekspektasi audiens profesional. Selain itu, Apriliani (2020: 93) menegaskan bahwa kategori *self-promotion* mendominasi bentuk presentasi diri yang dilakukan individu di media sosial, yakni dengan mengunggah konten yang berkaitan dengan aktivitas dan kompetensi profesional mereka untuk menunjukkan integritas di hadapan audiens. Temuan tersebut memperkuat argumen bahwa praktik *performative professionalism* mahasiswa di LinkedIn bukan sekadar aktivitas digital semata, melainkan merupakan strategi komunikasi yang terstruktur dan berorientasi pada pembentukan identitas profesional yang diakui secara sosial.

Namun perlu dikritisi bahwa penelitian Apriliani (2020) dilakukan pada konteks guru PAUD yang menggunakan media sosial umum, bukan platform profesional terstruktur seperti LinkedIn. Motif presentasi diri dalam konteks tersebut lebih bersifat sosial dan relasional, sementara mahasiswa tingkat akhir dalam penelitian ini menunjukkan motif yang jauh lebih instrumental dan berorientasi karier setiap keputusan kurasi konten dikalibrasi secara sadar berdasarkan ekspektasi rekruter. Perbedaan konteks ini menunjukkan bahwa *impression management* di LinkedIn tidak dapat disamakan begitu saja dengan presentasi diri di media sosial umum, karena LinkedIn menyediakan struktur normatif yang lebih ketat dan konsekuensi profesional yang lebih nyata.

Dari sisi rekruter, temuan menunjukkan bahwa pembentukan citra profesional di LinkedIn memang dilakukan secara sadar. HR menilai hal tersebut sebagai upaya membranding diri agar nilai yang ditampilkan sesuai dengan yang dicari perusahaan. Ini sejalan dengan temuan (Pena et al., 2022: 791) yang menyatakan bahwa karyawan berupaya membangun citra mereka dan menampilkannya dengan cara yang sangat positif, seperti selalu memenuhi tenggat waktu dan menyelesaikan pekerjaan, serta menggunakan berbagai strategi peningkatan visibilitas di LinkedIn. Namun, studi (Pena et al., 2022) berfokus pada karyawan yang sudah memiliki rekam jejak kerja yang nyata, sehingga *impression management* yang mereka lakukan berpijak pada kompetensi yang sudah terbukti. Sementara itu, mahasiswa tingkat akhir dalam penelitian ini melakukan *impression management* justru sebelum kompetensi tersebut sepenuhnya terujimenjadikan proses ini bukan sekadar pengelolaan kesan, tetapi juga pembentukan identitas profesional itu sendiri secara aktif dan antisipatif. *Impression management* dengan demikian berfungsi tidak hanya sebagai strategi komunikasi, tetapi sebagai bentuk adaptasi terhadap norma dan ekspektasi profesional di era digital.

Wang (2022) dalam Jiake (2022: 64) juga menegaskan bahwa dalam media sosial, metode manajemen kesan lebih langsung dan lebih efektif dibandingkan di dunia nyata tradisional, karena individu dapat dengan lebih mudah dan murah merancang serta menciptakan kepribadian mereka di internet. Fenomena ini mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki kesadaran tinggi terhadap pentingnya citra profesional di ruang digital, menjadikan *impression management* sebagai mekanisme utama yang menjembatani identitas personal dengan tuntutan sosial yang melekat pada platform LinkedIn. Dibandingkan dengan temuan Apriliani (2020: 81–93) yang meneliti presentasi diri guru PAUD di media sosial umum, penelitian ini menemukan pola *impression management* yang lebih terstruktur dan berorientasi karier. Jika pada konteks Apriliani pengguna lebih banyak didorong oleh motif sosial dan relasional, mahasiswa tingkat akhir dalam penelitian ini menunjukkan motif yang lebih instrumental, setiap keputusan kurasi konten dikalibrasi secara sadar berdasarkan ekspektasi rekruter. Secara kritis, hal ini menimbulkan pertanyaan penting yang perlu diperhatikan, apakah *impression management* yang terlalu terstruktur justru berpotensi menciptakan keseragaman profil yang kontraproduktif. Temuan penelitian ini khususnya pengakuan informan Abdul bahwa ia menyesuaikan konten berdasarkan target perusahaan mengindikasikan bahwa *impression management* di LinkedIn bukan sekadar adaptasi, tetapi juga bentuk negosiasi identitas yang kompleks. Kondisi ini melampaui apa yang dijelaskan Wang (2022) dalam Jiake (2022: 64) tentang kemudahan manajemen kesan di media sosial, karena di LinkedIn, kemudahan tersebut disertai dengan tekanan normatif yang jauh lebih spesifik dan terstandarisasi dibandingkan platform media sosial lainnya.

Peran Audiens dalam Membentuk Representasi Profesional

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan audiens memiliki peran signifikan dalam membentuk cara mahasiswa menampilkan dirinya di LinkedIn. Audiens yang mencakup

sesama mahasiswa, alumni, hingga rekruter mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan representasi dirinya. Respons audiens seperti jumlah impresi dan komentar turut menjadi indikator efektivitas konten yang diunggah. Informan mengungkapkan: "Kalau upload konten menarik biasanya ada yang komen dan impressionnya lebih tinggi."

Dalam perspektif dramaturgi Goffman, keberadaan audiens merupakan elemen kunci yang memengaruhi bagaimana individu menampilkan dirinya di ruang sosial. Individu secara aktif menyesuaikan perilakunya sesuai dengan konteks audiens yang dihadapi (Parawansah, 2026:137). Audiens yang mencakup rekruter, alumni, serta sesama mahasiswa mendorong individu untuk menyesuaikan representasi dirinya agar sesuai dengan ekspektasi profesional yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya mempertimbangkan apa yang ingin ditampilkan, tetapi juga bagaimana konten tersebut akan diterima oleh audiens yang melihatnya.

Temuan ini penting secara konseptual karena menggeser pemahaman tentang audiens dalam teori dramaturgi dari kategori yang pasif menjadi kategori yang aktif-formatif. Goffman dalam Parawansah (2026: 137) menempatkan audiens sebagai pihak yang direspons oleh aktor; namun dalam konteks LinkedIn, audiens terutama rekruter bukan hanya direspons, tetapi secara aktif dikonstruksikan dan diantisipasi sejak awal proses pembentukan identitas. Mahasiswa tidak menunggu umpan balik dari audiens untuk menyesuaikan diri, mereka sudah terlebih dahulu membayangkan siapa audiensnya dan menyusun profil berdasarkan bayangan tersebut. Hal ini memperkenalkan dimensi konseptual baru yang dapat disebut sebagai "audiens yang dibayangkan sebagai agen pembentuk identitas" sebuah konsep yang melampaui teori dramaturgi klasik dan lebih dekat dengan gagasan Wang (2022: 63) tentang identitas sebagai kurator pameran, di mana pengguna secara sadar merancang pertunjukan untuk penonton yang tidak selalu hadir secara nyata. Dengan demikian, temuan ini memperkaya pemahaman teoritis tentang bagaimana audiens bekerja dalam proses konstruksi identitas profesional di ruang digital.

Dalam platform media sosial, ruang pribadi daring yang unik merupakan alat untuk membangun versi diri setiap pengguna, di mana fungsi ini membuat identitas seseorang beralih ke kurator pameran (Wang, 2022: 63). Orang dapat membangun karakter yang independen melalui postingan, komentar, dan obrolan. "Pengunjung" atau "audiens" akan memberikan umpan balik mereka secara langsung atau tidak langsung, dan umpan balik tersebut dapat memengaruhi hubungan serta strategi representasi diri di masa depan. Dengan demikian, audiens bukan sekadar penerima pasif, melainkan partisipan aktif yang turut membentuk konstruksi identitas pengguna.

Temuan rekruter memperkuat dimensi ini. HR menggunakan LinkedIn secara proaktif untuk mencari kandidat bahkan tanpa membuka lowongan secara public proses rekrutmen dilakukan dengan menelusuri profil kandidat secara mandiri. Pentingnya aktif dan memiliki profil yang diperbarui sangat krusial untuk meningkatkan peluang karier dan mempromosikan citra positif, karena bahkan ketiadaan profil individu dapat memberikan sinyal yang tidak diinginkan bahwa profesional tersebut tidak mengikuti perkembangan teknologi atau tidak tertarik pada peluang karier baru. Dengan demikian, audiens khususnya rekruter memiliki peran dalam membentuk dan memengaruhi bagaimana mahasiswa merepresentasikan dirinya di LinkedIn, baik melalui kehadiran langsung maupun pengamatan tidak langsung (Pena et al., 2022:790). Secara komparatif, temuan tentang peran audiens dalam penelitian ini melampaui deskripsi Wang (2022: 63) yang memetakan audiens sebatas pemberi umpan balik pasif. Dalam konteks LinkedIn mahasiswa tingkat akhir, audiens khususnya rekruter tidak hanya memberikan umpan balik, tetapi secara aktif hadir sebagai entitas yang dibayangkan (*imagined audience*) bahkan sebelum interaksi nyata terjadi. Hal ini sejalan dengan konsep "*audience*"

design” dalam komunikasi digital, di mana pengguna mengantisipasi dan mengonstruksi pesan berdasarkan representasi mental mereka tentang siapa yang akan membaca. Secara kritis, kondisi ini menimbulkan pertanyaan tentang otonomi identitas: jika seluruh konstruksi profil dikendalikan oleh ekspektasi audiens eksternal, sejauh mana identitas yang ditampilkan masih merepresentasikan diri yang autentik? Temuan penelitian ini di mana informan seperti Abdul secara eksplisit menyesuaikan bahasa dan konten berdasarkan target perusahaan mengindikasikan bahwa identitas profesional di LinkedIn berpotensi menjadi identitas yang sangat relasional dan kontingen, berbeda dari asumsi Kasperuniene (2019) bahwa platform hanya “memengaruhi” identitas, bukan mendominasinya.

***Performative Professionalism* dalam Aktivitas dan Konten LinkedIn**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik penggunaan LinkedIn oleh mahasiswa mencerminkan adanya *performative professionalism* dalam pembentukan identitas profesional. Mahasiswa secara konsisten menampilkan pengalaman, pencapaian, dan aktivitas yang mendukung citra profesional di hadapan audiens. Konten yang diunggah mengikuti norma dan standar profesional LinkedIn, berbeda dari media sosial lainnya yang lebih santai. Informan menyatakan: "Karena emang tujuannya profesional. Jadi postingan di LinkedIn tuh beda sama postingan IG itu kan lebih santai, beda sama di LinkedIn tuh lebih terstruktur."

Performative professionalism merujuk pada tindakan menampilkan diri secara aktif melalui berbagai aktivitas dan konten yang dibagikan di platform dengan tujuan membangun dan memperkuat citra profesional. Dalam konteks ini, profesionalisme tidak hanya dimiliki sebagai kapasitas personal, tetapi juga dipentaskan sebagai bagian dari strategi representasi diri. Mahasiswa secara aktif menyesuaikan bagaimana mereka ingin dipersepsikan, sehingga *performative professionalism* berfungsi sebagai ruang performatif yang mempertemukan antara identitas diri, ekspektasi sosial, dan tujuan karier.

Dalam media sosial, individu terus-menerus menyampaikan pemikiran mereka kepada orang lain melalui postingan dan komentar agar orang lain dapat menggunakan fantasi dan spekulasi untuk mencapai versi ideal mereka. Sifat performatif ini memungkinkan pengguna untuk lebih mudah mengelola bagaimana mereka ingin dipersepsikan, menjadikan platform digital sebagai ruang pertunjukan identitas yang terstruktur. Konten yang diunggah mahasiswa berupa pencapaian akademik, sertifikasi, dan pengalaman organisasi merupakan bagian dari pertunjukan identitas yang disengaja untuk memperoleh pengakuan sosial (Wang, 2022: 64). Hal ini memperkenalkan dimendi konseptual baru yang dapat disebut sebagai *performative professionalism* di LinkedIn bukan sekadar fenomena perilaku, melainkan mekanisme pembentukan subjek profesional itu sendiri. Dalam kerangka yang lebih luas, hal ini sejalan dengan argumen Butler (dalam Kasperuniene, 2019: 8) bahwa identitas tidak mendahului performativitas justru performativitaslah yang menghasilkan identitas. Artinya, mahasiswa tidak terlebih dahulu “memiliki” identitas profesional lalu menampilkannya di LinkedIn, sebaliknya, identitas profesional tersebut justru terbentuk melalui proses penampilan itu sendiri. Setiap unggahan, setiap pilihan kata dalam headline, setiap pencapaian yang dicantumkan semua itu bukan cerminan dari identitas yang sudah ada, melainkan tindakan performatif yang secara aktif menciptakan identitas tersebut (Putra, 2024: 194). Implikasi teoretis ini penting karena membuka ruang pemahaman baru: bahwa pembentukan identitas profesional mahasiswa di era digital tidak bisa dipahami secara linear sebagai “kompetensi lalu representasi”, melainkan harus dipahami sebagai proses sirkuler di mana representasi itu sendiri adalah bagian dari pembentukan kompetensi.

Media sosial telah berevolusi dari ruang rekreasi menjadi lingkungan dinamis untuk komunikasi, pembelajaran mandiri, dan jejaring profesional. Mahasiswa yang menggunakan

platform ini secara terstruktur dan berorientasi tujuan terbukti mengembangkan identitas karier yang lebih kuat (Jian et al., 2025: 3). Temuan ini diperkuat oleh pernyataan rekruter bahwa profil yang menunjukkan dampak nyata dari pengalaman yang dimiliki bukan sekadar mencantumkan pengalaman secara formal mencerminkan kompetensi yang lebih tinggi: "Kalau yang hanya terlihat formal menurut aku dia cuman nyantumin pengalamannya tanpa jelas impact nya ke apa sebetulnya."

Mengisi profil LinkedIn bukan sekadar aktivitas membuat resume hal ini mewakili tindakan performatif dalam mendefinisikan diri dalam konteks profesional. Platform ini memungkinkan pengguna untuk menyelaraskan diri dengan norma-norma institusional, ekspektasi budaya, dan nilai-nilai komunitas. Dengan demikian, *performative professionalism* dalam penggunaan LinkedIn menunjukkan bahwa profesionalisme tidak hanya dimiliki, tetapi juga dipraktikkan dan dipertunjukkan secara aktif sebagai bagian dari konstruksi identitas di ruang sosial digital. (Putra, 2024: 194). Dibandingkan dengan studi Maharani (2024: 24) yang menggambarkan *hustle culture* mahasiswa FISIP Unsoed di mana performativitas profesional lebih bersifat kompetitif dan berorientasi akumulasi sertifikat temuan penelitian ini menunjukkan pola yang lebih reflektif dan selektif. Informan dalam penelitian ini tidak sekadar mengumpulkan dan mengunggah pencapaian secara masif, melainkan melalui proses kurasi yang mempertimbangkan relevansi dan konsistensi narasi karier. Hal ini mengindikasikan bahwa *performative professionalism* tidak bersifat seragam di antara mahasiswa, melainkan dipengaruhi oleh konteks institusional dan tingkat kesadaran diri digital masing-masing individu. Secara kritis, temuan ini juga menantang asumsi bahwa performativitas di media sosial selalu berkorelasi dengan kecemasan sosial sebagaimana ditemukan Purwanto (2025: 301) dalam kajian kecemasan eksistensial Gen Z. Dalam konteks penelitian ini, performativitas justru berfungsi sebagai mekanisme pengembangan diri yang konstruktif, bukan sekadar respons terhadap tekanan sosial. Perbedaan temuan ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh spesifisitas platform, LinkedIn, berbeda dari media sosial umum, menyediakan struktur normatif yang lebih jelas sehingga memberikan arah bagi performativitas mahasiswa, alih-alih hanya menimbulkan kecemasan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa representasi profesional yang ditampilkan mahasiswa di LinkedIn tidak sepenuhnya merefleksikan kondisi diri secara utuh, melainkan telah melalui proses seleksi dan penyesuaian tertentu. Identitas yang terbentuk cenderung merupakan versi yang dikonstruksi agar selaras dengan ekspektasi profesional yang berkembang di ruang digital. Kondisi ini mengindikasikan adanya potensi kesenjangan antara realitas dan representasi, di mana individu lebih menonjolkan aspek-aspek yang dianggap relevan dan bernilai di mata audiens. Meskipun demikian, praktik tersebut dapat dipahami sebagai strategi adaptif mahasiswa dalam merespons tuntutan dan standar profesional di LinkedIn sebuah bentuk *performative professionalism* yang bersifat kontekstual dan relasional.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa mahasiswa tingkat akhir Universitas Pendidikan Indonesia secara aktif membangun identitas profesional di LinkedIn melalui praktik *performative professionalism* yang bersifat performatif, kontekstual, dan relasional. Proses tersebut dilakukan melalui pengelolaan front stage berupa penyusunan profil secara selektif dan back stage berupa persiapan serta penyuntingan konten sebelum dipublikasikan. Mahasiswa tidak menampilkan seluruh pengalaman diri, melainkan mengonstruksi narasi profesional yang disesuaikan dengan ekspektasi audiens, khususnya rekruter, sebagai bentuk *impression management*. Meskipun terdapat kesenjangan antara realitas dan identitas yang ditampilkan, praktik tersebut dipahami sebagai bentuk adaptasi terhadap norma profesional di era digital.

Validasi dari rekruter dan koneksi profesional turut mendorong mahasiswa untuk terus mengembangkan representasi diri mereka, sehingga LinkedIn tidak hanya berfungsi sebagai platform pencarian kerja, tetapi juga sebagai ruang sosial pembentukan identitas profesional yang dinamis dan strategis.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas teori dramaturgi Erving Goffman ke dalam konteks platform digital profesional dengan menunjukkan bahwa batas antara front stage dan back stage menjadi semakin cair serta memperkenalkan konsep *identity-in-becoming*, yaitu identitas profesional yang bersifat proyektif dan terus berkembang. Penelitian ini juga memperkaya konsep *performative professionalism* dengan menegaskan bahwa profesionalisme di era digital merupakan praktik yang dipentaskan secara aktif. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi perguruan tinggi dalam merancang literasi digital profesional, membantu mahasiswa membangun identitas profesional yang autentik dan strategis, serta memberikan perspektif bagi praktisi HR dan rekruter bahwa profil LinkedIn mahasiswa lebih merepresentasikan potensi, aspirasi, dan kapasitas adaptasi dibanding sekadar rekam jejak kerja yang telah terbukti.

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dampak jangka panjang dari praktik *performative professionalism* terhadap kesiapan kerja mahasiswa, serta mengeksplorasi bagaimana kesenjangan antara identitas yang ditampilkan dan kompetensi nyata dapat dijumpai melalui intervensi pendidikan karier yang tepat sasaran.

Daftar Pustaka

- Amelia, C. (2024). Dramaturgi dalam Media Sosial: Second Account Instagram sebagai Self-Disclosure pada Mahasiswa Muslimah. *Jurnal Audiens*, 5(4), 591–606.
- Ananda, F. D. (2024). Revitalisasi harmonisasi sosial antara umat Islam dengan Hindu perspektif dramaturgi sosial: *Kajian kenduri di Desa Tegalasri* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Apriliani, S. R. (2020). *Computer-Mediated Communication sebagai Sarana Presentasi Diri Guru PAUD*. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 2 (2), 80–94.
- Daffa, M., Cahyadi, F., & Sari, N. (2025). *Peran Media Sosial LinkedIn dalam Mendapatkan Pekerjaan (Studi pada Fresh Graduate Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat)*. 2(1), 142–156.
- Hastuti, D. R. D., Ali, M. S., & Rahmadani, E. (2018). *Ringkasan Kumpulan Mazhab Teori Sosial*.
- Jian, C., Zou, D., & Mahadi, N. (2025). *Social media , digital literacy , and career competence : a mixed methods study among university students in China*. November. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1700213>
- Kasperuniene, J. (2019). *A Systematic Literature Review on Professional Identity Construction in Social Media*. <https://doi.org/10.1177/2158244019828847>
- M Bambang Purwanto. (2025). *Generasi Gelisah : Pendekatan Fenomenologis Kecemasan Eksistensial Gen Z Pasca Lulus Kuliah*.
- Muhammad Rajiv Umard. (2025). *Pemaknaan Dan Pembentukan Citra Profesional Mahasiswa*. 5(2).
- Parawansah, K. I. (2026). *Memahami Komunikasi Sosial : Front Stage dan Back Stage Menurut Teori Dramaturgi Goffman*. 3(1), 125–139.
- Pena, L., Curado, C., & Oliveira, M. (2022). *The contribution of LinkedIn use to career outcome expectations*. 144(August 2021), 788–796. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.047>

- Pertiwi, F. (2020). *Personal Branding Ria Ricis Pada Media Sosial Ria Ricis ' S Personal Branding On Social Media Instagram*. 23(1), 15–30.
<https://doi.org/10.20422/jpk.v23i1.631>
- Putra, M. N. T. (2024). *Constructing Digital Selves: A Narrative Review on Identity in Online Communities*. 3, 187–199.
- Putri, F. A., Fachmi, N., Setyawan, B., & Efendy, M. (2024). *Hubungan Career Adaptability Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Tingkat Akhir di Universitas Mercubuana Yogyakarta*. 4(2021), 4955–4966.
- Putri, I. A., Marsofiyati, & Utari, E. D. (2025). *Analisis Pemanfaatan LinkedIn Sebagai Alat Personal Branding Dalam Persiapan Dunia Kerja Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta*. 8(2), 1–16.
- Ria, A., & Zainudin, D. (2019). *Kualitas Lulusan dan Orientasi Bidang Pekerjaan terhadap Kemampuan Menghadapi Persiapan Kerja Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi*. 5(2), 39–50.
- Salma, E. A., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2024). *Pemanfaatan Personal Branding LinkedIn Dalam Peningkatan Karier Mahasiswa*. *Jurnal Professional*, 11(2), 483–494.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-linkedins-new-user-milestone>.
- Setiawan, C. D., Chandra, C., Harto, I. R., Anaya, R., & Riana Sahrani. (2025). *Peran Digital Identity Terhadap Competitive Attitude Dengan Mediasi Social Comparison Pada Generasi Z Pengguna LinkedIn*. 14, 45–58.
- Wang, J. (2022). *Dramaturgical Theory in social media*. 6, 62–66.
- Wijaya, S. J., Arum, D., Stefani, O., Daky, M., & Alam, M. (2025). *Pemanfaatan Media Sosial LinkedIn Sebagai Strategi Company Branding pada Company Page @ Altheaecobag*. 1245–1252.