

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Konstruksi identitas virtual yang dilakukan oleh Gen Z melalui Instagram dan LinkedIn menunjukkan proses pembentukan citra profesional yang bertujuan untuk mencapai tujuan karir. Gen Z secara aktif memanfaatkan *platform* yang memiliki karakteristik berbeda, namun digunakan untuk tujuan yang sama, yakni membangun *expertise profile*. Identitas virtual yang dikonstruksi melalui kedua *platform* ini memberikan banyak manfaat bagi Gen Z, seperti meningkatkan kredibilitas, memperluas jaringan profesional, dan juga meningkatkan *value* diri dengan membangun *personal branding*.

Dalam proses konstruksi identitas *virtual*, ditemukan bahwa Gen Z berusaha untuk menjaga konsistensi *personal branding* yang ditampilkan di Instagram dan LinkedIn untuk membangun *expertise profile* secara efektif. Konsistensi dapat dilihat melalui keselarasan gaya komunikasi, *photo profile*, *bio*/deskripsi profil, dan narasi profesional yang disampaikan melalui Instagram dan LinkedIn. Selain itu, Gen Z juga menerapkan *Cross-Platform Linking* dengan menautkan profil Instagram dan LinkedIn antara *platform* satu dengan yang lain untuk menunjukkan keaktifan *digital* lintas *platform*. Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa Gen Z mengunggah konten dengan bentuk yang berbeda sesuai dengan karakteristik Instagram dan LinkedIn.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membangun citra profesional individu, guna memperluas *networking* dalam dunia kerja. Media sosial bukan merupakan sumber penilaian utama dalam proses rekrutmen kerja, namun media sosial dapat menjadi nilai tambah bagi Gen Z yang mampu mengelola dan mengembangkan identitas *virtual* secara profesional. Dengan begitu, Instagram dan LinkedIn tidak hanya menjadi alat ekspresi diri, tetapi juga berperan sebagai alat yang efektif untuk memperkuat citra profesional di hadapan publik

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mendalam, peneliti dapat memberikan saran atas hasil temuan penelitian yang telah dilakukan sebagai bahan pertimbangan atau evaluasi bagi pihak-pihak terkait. Adapun saran peneliti sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk menyusun kerangka kerja pengelolaan identitas virtual bagi Gen Z yang aktif di berbagai media sosial. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi konstruksi identitas virtual Gen Z dalam konteks lain, seperti pendidikan dan bisnis untuk melihat bagaimana peran media sosial untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Saran Praktis

a. Bagi Generasi Z

Gen Z perlu meningkatkan kesadaran untuk membangun identitas virtual secara profesional, karena identitas yang dibangun memiliki jangka panjang dan berdampak besar bagi kesuksesan karir mereka. Oleh karena itu, Gen Z perlu meningkatkan pemahaman untuk mulai berkarya dan mengembangkan media sosialnya secara strategis.

b. Bagi HRD

Untuk dapat menyusun pedoman *digital screening* yang adil dan terukur, supaya tidak hanya melihat dari tampilan visual atau *halo effect* saja, tetapi juga mempertimbangkan rekam jejak yang ditampilkan kandidat

c. Bagi Instansi Pendidikan

Untuk dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai strategi *personal branding* yang menjajikan untuk kesuksesan karir di media sosial. Selain itu, pihak sekolah atau kampus dapat memberikan bekal kepada Gen Z terkait kemampuan membangun *expertise profile* secara profesional melalui Instagram dan LinkedIn.