

ABSTRAK

Persaingan di pasar tenaga kerja yang semakin ketat mendorong *fresh graduate* dari perguruan tinggi untuk mengandalkan platform digital seperti LinkedIn dalam menemukan peluang kerja serta membangun jejaring profesional. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi transisi lulusan baru perguruan tinggi ke dunia kerja serta penggunaan LinkedIn sebagai media sosial profesional yang membantu mereka dalam menghadapi tantangan pasar tenaga kerja. Studi sebelumnya menyebut media sosial profesional seperti LinkedIn dapat meningkatkan akses terhadap peluang kerja. Namun, kajian lebih lanjut dapat dikembangkan, khususnya dalam menyoroti pengalaman lulusan baru perguruan tinggi di masa transisinya. Penelitian ini menggunakan teori modal digital dan agensi pemuda sebagai pisau analisis untuk memperjelas hasil temuan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan etnografi digital yang melibatkan delapan informan dari kluster bidang studi berbeda. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipan di media sosial LinkedIn serta wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehidupan informan setelah lulus menghadapi tantangan yang kompleks dalam konteks sosio-struktural maupun sosio-kultural sehingga mereka aktif menyusun berbagai strategi, merefleksikan aspirasi karier, dan meningkatkan kesadaran digital. Dalam mengarungi masa transisinya, lulusan baru perguruan tinggi menggunakan LinkedIn sebagai platform untuk membangun jejaring profesional, menciptakan identitas virtual diri yang positif, mencari informasi kerja, serta melamar pekerjaan. Kepemilikan awal lulusan baru terhadap modal ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik berperan penting dalam akumulasi modal digital yang menjadikan penggunaan LinkedIn dapat menghasilkan nilai tambah, seperti meningkatkan daya saing ataupun membuka peluang terhadap kesempatan kerja.

Kata kunci: transisi, lulusan baru, LinkedIn, jejaring virtual, modal digital

ABSTRACT

Increasing competition in the labor market encourages fresh graduates from higher education to rely on digital platforms such as LinkedIn to find job opportunities and build professional networks. This research explores the transition strategies of recent university graduates into the workforce and their use of LinkedIn as a professional social media platform to help them navigate the labor market challenges. Previous studies have revealed that professional social media such as LinkedIn can increase access to job opportunities. However, further studies can be developed, especially in highlighting the experiences of recent college graduates during their transition. This study uses digital capital and youth agency theories as analytical tools to clarify the findings. The research method used is qualitative with a digital ethnography approach involving eight informants from different study field clusters. Data collection was conducted through participant observation on LinkedIn social media and in-depth interviews. The results show that informants' lives after graduation faced a complex challenge in both socio-structural and socio-cultural contexts, so they actively strategized, reflected on career aspirations, and increased digital awareness. In their transition, fresh graduates use LinkedIn as a platform to build professional networks, create a positive virtual self-identity, search for job information, and apply for jobs. Fresh graduates' ownership of economic, social, cultural and symbolic capital plays an important role in the accumulation of digital capital that makes the use of LinkedIn can generate added value, such as increasing competitiveness or opening up job opportunities.

Keywords: *transition, fresh graduate, LinkedIn, virtual networking, digital capital*