

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian terkait dengan Persepsi Alumni Universitas Islam 45 Bekasi dalam Penggunaan Aplikasi LinkedIn, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara persepsi alumni Universitas Islam 45 Bekasi terhadap penggunaan aplikasi LinkedIn (Ha Diterima). Hubungan antara persepsi Alumni Universitas Islam 45 Bekasi terhadap penggunaan Aplikasi LinkedIn dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Terdapat 3 indikator pada persepsi alumni universitas Islam 45 Bekasi (X) yang diteliti pada penelitian ini diantaranya Kognitif, Afektif, dan Konatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan Kognitif memiliki presentase paling besar yaitu sebesar 53% “sangat setuju”, 45% “setuju” dan 2% “tidak setuju”. Berarti pengetahuan para alumni mengenai aplikasi LinkedIn sangat baik dan masyarakat dapat memahami fitur dan kegunaan fitur yang dibuatnya. Sedangkan indikator afektif memiliki presentase 57% “sangat setuju”, 37% “setuju”, 5% “kurang setuju” dan 1% “tidak setuju”. Hal tersebut menjelaskan bahwa alumni Universitas Islam 45 Bekasi memiliki yang positif terhadap aplikasi LinkedIn dan LinkedIn dinilai membantu dalam kesehariannya. Sedangkan untuk indikator Konatif 50% “sangat setuju”, 42% “setuju”, 7% “kurang setuju” dan 1% “tidak setuju”. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa alumni Universitas Islam 45 Bekasi sering menggunakan aplikasi LinkedIn dalam mencari informasi lowongan pekerjaan.
2. Terdapat 2 indikator pada penggunaan aplikasi LinkedIn aplikasi LinkedIn (Y) yang diteliti pada penelitian ini di antaranya adalah *Drives* (dorongan) dan *Incentive* (rangsangan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator *Drive* (dorongan) memiliki presentase

53% “sangat setuju”, 45% “setuju” dan 2% “kurang setuju”. Hal ini membuktikan bahwa terdapat dorongan pada diri individu terkait penggunaan aplikasi LinkedIn pada Alumni Universitas Islam 45 Bekasi . sedangkan untuk indikator *Incentive* memiliki presentase 53% “sangat setuju”, 41% “setuju” dan 6% “kurang setuju”. Hal ini membuktikan bahwa terdapat rangsangan baik benda maupun situasi yang mempengaruhi penggunaan aplikasi LinkedIn pada Alumni Universitas Islam 45 Bekasi.

3. Persepsi Alumni Universitas Islam 45 Bekasi berhubungan sangat nyata dengan penggunaan aplikasi LinkedIn. Hal ini dapat di buktikan dimana komponen kognitif berhubungan dengan *Drive* memiliki nilai  $r$  sebesar 0,742. Sedangkan komponen kognitif berhubungan dengan *Incentive* memiliki nilai 0,742. Sedangkan komponen Afektif dengan *Drive* dimana nilai  $r$  0,551. Sedangkan komponen Afektif berhubungan dengan *Incentive* memiliki nilai  $r$  0,551. Dan komponen Konatif berhubungan dengan *Drive* dimana nilai  $r$  0,537 sedangkan komponen Konatif berhubungan dengan *Incentive* memiliki nilai  $r$  sebesar 0, 537. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 saran untuk Aplikasi LinkedIn

Aplikasi LinkedIn dibuat untuk menemukan informasi lowongan pekerjaan dan kesempatan magang sekalipun. Aplikasi LinkedIn terhubung serta memperkuat hubungan professional dan mempelajari tentang keahlian yang di butuhkan demi sebuah kesuksesan dalam berkariier. Aplikasi LinkedIn sangat baik dalam menyesuaikan fungsinya dengan keadaan yang dibutuhkan oleh para pencari informasi lowogan pekerjaan. Dari mulai informasi lowongan pekerjaan , informasi berbagai macam tips n trik saat interview kerja,

informasi terkait suatu perusahaan serta banyak hal lainnya yang berhubungan dengan segala hal informasi mengenai pekerjaan.

### **5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya**

Saran yang dapat peneliti sampaikan kepada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang ingin melakukan penelitian yang serupa, harus terus mengikuti pemberitaan terbaru mengenai aplikasi dan hal yang berkaitan untuk menghindari ketertinggalan informasi mengenai aplikasi tersebut. Selain itu, untuk memastikan keakuratan data dapat disarankan agar menggunakan data sekunder yang terpublikasi.