

## Peran Media LinkedIn dalam Pendidikan Manajemen Olahraga

Muhammad Reza Aziz Prasetya<sup>1)</sup>, Prasetya Ramadhan<sup>2)</sup>

<sup>1) dan 2)</sup> Prodi Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Surabaya

E-mail : <sup>1)</sup> prasyareza44@gmail.com, <sup>2)</sup> prasyaramadhan2812@gmail.com

### ABSTRAK

Media sosial menyediakan kerangka kerja pedagogi pembelajaran inovatif yang mengubah sarana komunikasi dalam institusi akademik dan memungkinkan pengguna untuk mengembangkan keterampilan digital yang bermanfaat bagi karir profesional yang sukses. LinkedIn sebagai alat media sosial yang berfokus pada jaringan profesional dan pengembangan karier, telah menjadi jaringan sosial profesional yang paling populer, digunakan oleh semua pemangku kepentingan industri olahraga, oleh karenanya dapat dimanfaatkan untuk tetap berhubungan dengan para ahli sebagai tren terbaru dalam industri olahraga. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan fitur dan fungsi utama LinkedIn dari perspektif manajemen olahraga dan berbagi pedoman untuk merangkul dan memperkenalkannya secara efektif. Membangun profil profesional, memperluas koneksi, menjaga hubungan dengan teman, memudahkan dalam melamar pekerjaan dan memperlihatkan keahlian, mendapat informasi dan inspirasi terbaru, sebagai lowongan pekerjaan dan sebagai media marketing merupakan hal-hal yang patut didorong pengembangannya di era disrupsi ini.

**Kata kunci :** *linkedin; manajemen olahraga; inovasi pendidikan; karir*

### ABSTRACT

Social media provides an innovative learning pedagogical framework that transforms the means of communication in academic institutions and enables users to develop digital skills that are beneficial for successful professional careers. LinkedIn as a social media tool focused on professional networking and career development, has become the most popular professional social network, used by all sports industry stakeholders, therefore it can be utilized to stay in touch with experts as the latest trends in the sports industry. The aim of this study is to define the key features and functions of LinkedIn from a sports management perspective and share guidelines for embracing and introducing them effectively. Building a professional profile, expanding connections, maintaining relationships with friends, making it easier to apply for jobs and showing skills, getting the latest information and inspiration, as a job vacancy and as a marketing medium are things that should be encouraged in the development of this era of disruption.

**Keywords :** *linkedin; sports management; educational innovation; career*

### PENDAHULUAN

Teknologi telah membuka jalan bagi banyak reformasi dan inovasi pendidikan. Misalnya, Internet telah mengubah cara siswa dan mahasiswa, guru, dan universitas berinteraksi, memungkinkan munculnya model pembelajaran baru, seperti pembelajaran online, yang sejak awal abad ini mulai mengalami pertumbuhan yang tinggi

(Indika & Jovita, 2017). Perluasan pedagogi baru ini di bidang pendidikan yang mencakup penggunaan teknologi digital dan saluran komunikasi baru, seperti media sosial mengalami ledakan pesat selama pandemi Covid-19 yang berdampak pada seluruh komunitas pendidikan (Ernati, 2009).

Platform dan aplikasi media sosial telah menjadi sangat populer di semua

industri, untuk berbagai tujuan. Di lingkungan universitas, bagaimanapun, integrasi media sosial baik dalam proses belajar-mengajar atau sebagai alat komunikasi untuk menghubungkan dengan pemangku kepentingan, terjadi agak lambat dibandingkan dengan benchmark industri yang lebih luas (Program et al., 2015). Ini terutama dapat dikaitkan dengan fakta bahwa platform media sosial tidak dirancang dengan tujuan eksplisit untuk mendukung pendidikan atau kegiatan terkait pembelajaran lainnya. Selain itu secara alami enggan untuk mengubah metode pengajaran dan pembelajaran mereka, dan sering ada masalah mengenai mengapa, bagaimana, dan apa dampak perubahan pedagogi yang mungkin terjadi terkait kualitas proses belajar mengajar dan manfaat yang dihasilkannya (Fatmawati, 2017). Oleh karena itu, penelitian saat ini menunjukkan bahwa kemungkinan edukasi dari media sosial masih dieksploitasi sebagian. Namun, karakteristik yang melekat pada media sosial dalam hal jaringan dan berbagi konten telah diperhatikan oleh sivitas akademika, dan penggunaannya dalam pendidikan juga sedang meningkat (Huang, 2011). Memang, ada kebutuhan dan keinginan untuk memikirkan kembali model pengajaran dan pembelajaran yang memperkenalkan inovasi pedagogi ini. Inovasi pedagogi dapat dilihat sebagai sikap dan proses menyelidiki ide-ide baru, konsepsi, proposal, dan kontribusi yang bertujuan untuk mengubah dan meningkatkan proses belajar-mengajar (Anshor, 2018). Dalam hal ini, media sosial menawarkan kesempatan untuk menciptakan konteks pembelajaran serta pengalaman pendidikan yang positif dan menarik (Lukito, 2020). Media sosial dapat

menawarkan sejumlah keuntungan seperti memberikan pengalaman yang bermakna terkait penggunaan media sosial strategis Posthuma et al., (2018) yang akan membantu mempersiapkan untuk jaringan yang berdampak pada karir profesional atau bisnis Fitri (2017) dan membantu menghubungkan dengan para profesional untuk mengikuti tren baru di sektor ini (Handika et al., 2018). Berkenaan dengan jaringan dan pencarian informasi terkait pekerjaan, satu alat media sosial LinkedIn merupakan salah satu solusi yang harus dikuasai. LinkedIn bisa dijadikan fokus untuk mendapat jaringan profesional dan pengembangan karir. Tidak seperti kebanyakan jejaring sosial lainnya, LinkedIn telah dirancang untuk membantu dalam membuat koneksi bisnis, berbagi pengalaman dan mencari pekerjaan (Andri, 2017). Dengan lebih dari 650 juta pengguna yang tersebar di seluruh dunia, LinkedIn adalah saluran terpenting untuk mendistribusikan informasi terkait bisnis dan alat pilihan bagi eksekutif pemasaran dan manajemen untuk menemukan konten berkualitas yang relevan (Wang et al., 2019). Karena karakteristiknya yang khas, LinkedIn sangat cocok dalam dinamika manajemen olahraga karena hal bisa membina hubungan antara universitas dan industri profesional (Haris, 2014). Terlepas dari minat industri yang besar, ada kebutuhan yang jelas akan literatur akademis dengan fokus pada LinkedIn ini. Dalam literatur pendidikan manajemen olahraga, LinkedIn merupakan media sosial yang paling menarik (Lukito, 2020). Sementara penelitian ini berfokus terutama pada penyediaan kerangka kerja konseptual serta aturan dan manfaat tentang bagaimana dan mengapa menggunakan LinkedIn dalam



**Gambar 1**  
**Diagram Alir Konsep Pembelajaran**

manajemen olahraga ini Yektyastuti & Ikhsan (2016), para peneliti meminta tambahan untuk menetapkan standar metodologi dan praktik terbaik, serta berkenaan dengan pengalaman pedagogi (Wijaya & Arismunandar, 2018). Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini ada dua yaitu : a) untuk memberikan pedoman dan metodologi kerja bagi manajemen olahraga agar berhasil memperkenalkan LinkedIn sambil menginspirasi untuk mengembangkan inovasi pedagogi baru di lapangan, b) untuk memperkuat hubungan antara lingkungan akademis dan industri profesional menggunakan LinkedIn sebagai langkah pertama untuk mengembangkan karir profesional.

#### **METODE PENELITIAN**

Untuk lebih jelasnya konsep pembelajaran ini seperti terlihat di diagram alir dibawah ini.

Inovasi pedagogi melalui LinkedIn idealnya dimulai dengan pengenalan sejarah dan evolusi LinkedIn, menyediakan statistik pengguna terkini, menjelaskan fungsi utama yang ditawarkan platform, menekankan persamaan dan perbedaan dengan media sosial lain dan menunjukkan secara selektif contoh nyata penggunaan oleh berbagai pemangku kepentingan industri olahraga seperti klub, federasi, merek olahraga, atlet, dll. Pada penelitian ini metode yang dipakai adalah riset desain dimana langkah selanjutnya dalam membuat akun LinkedIn dan mempelajarinya harus melengkapi fungsi dasar yang mengkonfigurasi profil pengguna LinkedIn, diantaranya : 1)

Profil aspek dasar (gambar profil, foto latar belakang, judul, posisi saat ini, info kontak), 2) Ringkasan LinkedIn atau bagian mengenai : pengalaman, pendidikan, lisensi dan sertifikasi, keterampilan dan dukungan, rekomendasi, prestasi, minat. Profil mungkin adalah bagian terpenting bagi setiap pengguna LinkedIn, karena itu adalah citra yang diproyeksikan menuju komunitas LinkedIn. Profil LinkedIn harus diperbarui secara teratur dan sejalan dengan kemajuan karir profesional pengguna. Namun demikian, untuk mengembangkan profil yang harmonis dan koheren yang akan membantu pengguna dalam mencapai tujuan profesional dan sebelum memulai profil, pengguna harus merefleksikan dasar-dasar dari prestasi akademik dan profesional, hard dan soft skill, bidang minat dalam industri olahraga (seperti pemasaran olahraga, pembinaan, psikologi olahraga, manajemen fasilitas olahraga, dll.) , aspirasi pekerjaan, apa yang sudah ditawarkan kepada komunitas LinkedIn. Menjawab poin-poin di atas juga dimungkinkan pengguna untuk dapat merancang strategi konten yang mengembangkan potensi pribadi yang kuat yang menarik perhatian pengguna LinkedIn lain dan pemangku kepentingan terkait. Setelah profil dikembangkan, pengguna sudah bisa memulai berinteraksi dengan komunitas LinkedIn, hal ini harus

disesuaikan dengan karakteristik dan potensi dari pengguna itu sendiri. Tanggapan positif atas pertanyaan yang muncul, mengarah pada pertimbangan pembuatan konten dan jaringan. Pengguna harus tahu bahwa mereka harus aktif di LinkedIn jika ingin dikenal dan mendapatkan status yang lebih tinggi di bidang yang diminati. Pembuatan konten dapat diterbitkan oleh pengguna dalam konteks manajemen olahraga. Penelitian ini berfokus pada hal-hal yang paling relevan dan paling mudah dilihat oleh pengguna, seperti terlihat pada (Tabel 1). Dalam menciptakan jaringan kontak yang kuat, LinkedIn berperan penting antara hubungan profesional dengan berbagai pemangku kepentingan dan fakultas manajemen olahraga harus membantu pengguna dalam mengidentifikasi target yang sesuai dengan tujuan profesional. Pengguna juga harus menyadari bahwa, sistem kontak LinkedIn, jaringan kontak profesional mereka itu terdiri atas kontak tingkat pertama dimana inti dari jaringan LinkedIn ini adalah kontak yang menerima undangan pengguna untuk terhubung atau yang mengirim undangan yang telah diterima. Kontak tingkat kedua adalah kontak tingkat pertama dari pengguna yang secara otomatis terhubung. Kontak tingkat ketiga adalah kontak tingkat pertama dari kontak tingkat kedua dari pengguna yang secara otomatis terhubung pada pengguna berikutnya.

**Tabel 1**  
**TemaKonten Yang Dapat Dikembangkan Oleh Pengguna**

<b>Konten Yang Bisa Dikembangkan</b>	<b>Penjelasan Dan Pedoman</b>
Ide, saran, atau pedoman	Linkedin adalah platform yang cocok untuk berbagi ide, saran, atau pedoman yang terkait dengan bidang minat. Jadi, salah satu dasarnya jenis konten dapat dikaitkan dengan topik yang terkait langsung dengan industri olahraga.
Penyembuhan konten	Dalam masyarakat yang semakin banyak informasi, sangat berharga untuk dapat memfilter konten dengan kualitas terbaik dan membagikannya dengan jaringan kontak, menambahkan pandangan pribadi tentang topik yang dipilih.
Berita dan tren	Orang-orang ingin mengetahui tren terkini dalam industri olahraga. Berada di atas konten semacam itu sangat dihargai oleh Linkedin komunitas.
Membuat Video "Cara ... Tutorial	Dapat dibuat video "cara" yang berkaitan dengan industri olahraga. Ini harus jelas dan singkat agar dapat terlibat dengan cepat dengan penonton.
Perdebatan	Dapat ditunjukkan pengetahuan dan kemampuan dalam mengkomunikasikan pandangan tentang topik tertentu (bahkan kontroversial), yang mengarah ke perdebatan di komunitas online.
Kesimpulan atau hasil acara	Ini termasuk berbagi kesimpulan pribadi setelah menghadiri berbagai jenis acara (konferensi, pelajaran kursus, lokakarya, pertandingan olahraga, dll.)
Berbagi pengalaman magang atau bekerja	Jenis konten ini terdiri dari posting informasi mengenai hubungan bisnis yang dialami pengguna, entitas atau dengan kontak individu Linkedin. Hal ini memungkinkan untuk menunjukkan pengalaman profesional sukses, dengan memvalidasinya di depan umum.
Posisi panggilan terbuka pekerjaan / magang	Pengguna dapat berbagi informasi mengenai lowongan kerja atau posisi magang yang berkaitan sesuai dengan bidang minat.
Statistik	Jenis konten yang sangat populer di Linkedin karena menarik minat para profesional dan sarjana di bidangnya masing-masing minat.
Peluncuran produk atau layanan	Linkedin adalah jendela yang sempurna untuk menampilkan keahlian profesional mencari klien potensial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengguna harus secara strategis mengirim undangan ke pengguna lain yang menambahkan nilai ke jaringan mereka, dengan mempertimbangkan struktur kontak LinkedIn. Jadi, kuantitas dan kualitas itu penting, kuantitas merupakan faktor penting karena semakin besar jaringan kontak pertama, semakin besar jaringan kontak tingkat kedua dan ketiga. Kualitas juga penting karena memiliki orang yang berpengaruh atau ahli lapangan pada tingkat kontak pertama akan menambah jaringan kontak tingkat kedua dan ketiga yang sama-sama menarik dengan bidang profesional mereka. Dalam pengertian ini, pengguna harus fokus pada penambahan kontak yang terspesialisasi dalam bidang profesionalnya, karena akan menghasilkan konten yang mungkin lebih menarik dibandingkan dengan konten yang mungkin akan menghasilkan seseorang yang bekerja di sektor yang sama sekali berbeda. Pada titik ini, penting untuk menyarankan pengguna untuk tidak mengirim permintaan koneksi kosong ke pengguna LinkedIn yang ingin dihubungi, karena akan ada lebih banyak kemungkinan untuk diabaikan. Ide yang disarankan adalah untuk mengajari dalam membuat pesan pengantar yang menarik bagi kontak baru yang potensial, memberikan beberapa pembenaran / konteks mengenai mengapa mereka meminta untuk terhubung dengan profesional industri olahraga tertentu. Dengan melanjutkan dengan cara ini, pengguna akan memiliki lebih banyak pilihan untuk terhubung dengan para profesional industri yang mungkin tidak terbiasa pada awalnya.

Selain tiga tingkat kontak, ada juga kontak grup. Sedangkan grup pribadi LinkedIn adalah grup pengguna

LinkedIn yang berkumpul untuk berdiskusi, berbagi, berdebat, menginformasikan, dll, tentang topik tertentu. Topiknya bisa luas, tetapi tujuannya ditentukan dalam deskripsi grup serta serangkaian aturan yang harus diikuti oleh semua pengguna grup. Penting bagi pengguna mengidentifikasi dan menjadikan bagian dari kelompok minat tematik mereka, karena akan menemukan pengguna yang mungkin termasuk dalam kelompok profesional tertentu; yaitu, orang-orang yang pantas menjalin hubungan. Misalnya, untuk pengguna yang tertarik dengan pusat kebugaran, disarankan untuk mengidentifikasi sekelompok pemilik pusat kebugaran atau pelatih kebugaran, karena keduanya akan menambah nilai pada pendidikan dan jaringan dari pengguna.

Selain mengirim dan menerima permintaan kontak, LinkedIn menawarkan opsi untuk mengikuti profil. Dengan mengikuti pengguna lain, konten yang dihasilkan oleh pengguna tersebut dapat diakses, tetapi tidak sebaliknya. Untuk mengikuti pengguna lain, opsi "ikuti" harus diklik di profil masing-masing pengguna. Pilihan ini sangat menarik bagi pengguna karena memungkinkan untuk mengakses konten dari orang-orang terkenal yang mungkin tidak menerima permintaan kontak. Langkah terakhir adalah fokus pada pembuatan strategi untuk pertumbuhan jangka pendek, menengah, dan panjang di LinkedIn. Pengguna harus mengarahkan percakapan ini dengan memberikan saran secara langsung, pesan pribadi menyeluruh di LinkedIn, atau dengan membuat video tutorial yang menjelaskan lebih banyak fitur dan kemungkinan yang tidak dirinci dalam penelitian ini.

Membuat grup pribadi, seperti yang dinyatakan sebelumnya, LinkedIn memungkinkan pengguna untuk membuat grup pribadi. Grup LinkedIn khusus kelas dapat dibuat yang akan menjadi titik pertemuan untuk mengembangkan inovasi pedagogis. Pengguna harus bergabung dengan grup sementara aturan grup dapat ditetapkan oleh pengguna atau secara umum sudah disepakati, seperti : menjadi media yang lebih informal (dibandingkan dengan email atau Moodle) untuk menjangkau dan berinteraksi dengan pengguna dan membuat pengumuman, publikasikan jenis konten yang berbeda oleh anggota seperti Tabel 1 diatas, dengan memutuskan waktu publikasi dan menyesuaikannya dari misalnya, berbagi materi kelas, memfasilitasi sumber daya untuk memperluas apa yang diajarkan di kelas, membuat debat, dll. Mempublikasikan jenis konten yang berbeda oleh pengguna. Hal ini memungkinkan untuk menunjukkan kreativitas dan rasa memiliki serta tanggung jawab. Namun, terutama dalam grup yang lebih besar, penting untuk memperjelas sekumpulan aturan untuk menghindari membuat terlalu banyak posting, yang mencegah pelacakan konten. Secara singkat grup LinkedIn dapat memainkan peran sentral dari inovasi pedagogis LinkedIn dan tugas terkait, karena pengguna dapat meluncurkan aktivitas yang akan dinilai. Dalam penerapannya pengguna harus memikirkan tentang tujuan kerja yang ingin dikembangkan dengan inovasi pendidikan yang menggunakan LinkedIn sebagai sumber daya pedagogis daripada memperkenalkan LinkedIn hanya karena menyenangkan atau sesuai topik. Membangun profil profesional, memperluas koneksi, menjaga hubungan dengan teman, memudahkan dalam

melamar pekerjaan dan memperlihatkan keahlian, mendapat informasi dan inspirasi terbaru tentang pekerjaan adalah beberapa contoh manfaat yang bisa dipetik, juga sebagai sarana untuk membagikan lowongan pekerjaan, dan dapat dijadikan juga sebagai media marketing. Oleh karenanya pembekalan pengetahuan tentang LinkedIn dalam manajemen olah raga saat ini dianggap sangat penting.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Sektor pendidikan tinggi harus menyadari pergeseran industri dan tren budaya populer, dan manajemen olahraga harus terus berlatih dalam literasi media yang memungkinkan menjadi lebih berkualitas dalam mengejar aspirasi profesional. Media ini memiliki peran yang sangat relevan dalam industri olahraga saat ini dan semakin populer. LinkedIn memiliki banyak potensi dan nilai pendidikan karena karakteristiknya dalam meningkatkan pengembangan karir akademis profesional, preneurship, dan inovasi. Selain itu LinkedIn juga memfasilitasi pengembangan kurikulum manajemen olahraga dari pendekatan yang menarik dan inovatif. Meskipun kekhawatiran tentang pengenalan media ini dalam pedagogi manajemen olahraga dapat menghalangi dalam melakukan pengalaman pedagogi baru berdasarkan manfaat dan peluangnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Andri, R. M. (2017). Peran dan Fungsi Teknologi Dalam Peningkatan Kualitas Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Research Sains*, 3(1), 122–129.  
<http://www.jurnalmudiraindure.com/wp-content/uploads/2017/04/PERAN-DAN-FUNGSI-TEKNOLOGI->

- DALAM-PENINGKATAN-KUALITAS-PEMBELAJARAN.pdf
- Anshor, S. (2018). "Civic-Culture: Jurnal Ilmu Pendidikan PKn dan Sosial Budaya" Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Ilmu Pendidikan PKn Dan Sosial Budaya*, 9924, 88–100.
- Ernati, E. (2009). Peningkatan Kemampuan Speaking Melalui Model "Triple P." *Lingua Didaktika: Jurnal Bahasa Dan Pembelajaran Bahasa*, 2(2), 32. <https://doi.org/10.24036/ld.v2i2.3525>
- Fatmawati, E. (2017). Dampak Media Sosial Terhadap Perpustakaan. *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.21043/libraria.v5i1.2250>
- Fitri, S. (2017). Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak. *NATURALISTIC: Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1(2), 118–123. <https://doi.org/10.35568/naturalistic.v1i2.5>
- Handika, M. R., Maradona, A. F., & Dharma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Undiknas*, 15(2), 192–203. <https://doi.org/10.38043/jmb.v15i2.601>
- Haris Budiman. (2014). Peran Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pendidikan. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 31–43.
- Huang, L. (2011). Research on effect of beijing post-olympic sports industry to China's economic development. *Energy Procedia*, 5, 2097–2102. <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2011.03.362>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Lukito, W. A., & D, A. F. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. 1(2), 90–95.
- Posthuma, R. A., Flores, G. L., Barlow, M. A., & Dworkin, J. B. (2018). Social signaling and interorganizational relationships: Lessons learned from the professional sports industry. *Business Horizons*, 61(4), 521–531. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.03.001>
- Program, M., Magister, S., & Komunikasi, I. (2015). Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 195–201. <https://doi.org/10.14710/interaksi,4,2,195-201>
- Wang, Y., Wang, Y., & Li, M. X. (2019). Regional characteristics of sports industry profitability: Evidence from China's province level data. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 525, 946–955. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2019.03.066>
- Wijaya, H., & Arismunandar, A. (2018).

- Pengembangan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe STAD Berbasis Media Sosial. *Jurnal Jaffray*, 16(2), 175.  
<https://doi.org/10.25278/jj71.v16i2.302>
- Yektyastuti, R., & Ikhsan, J. (2016). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Android pada Materi Kelarutan untuk Meningkatkan Performa Akademik Peserta Didik SMA Developing Android-Based Instructional Media of Solubility to Improve Academic Performance of High School Students. *Jurnal Inovasi Pendidikan IPA*, 2(1), 88–99.  
<http://journal.uny.ac.id/index.php/jipi>