

---

## PENGUNAAN LINKEDIN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI *UN WOMEN ASIA AND THE PACIFIC* UNTUK PENGHARGAAN PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN DI ASIA PASIFIK

Oleh

Dea Safira Basori

Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, LSPR Institute of Communication & Business, Jakarta, Indonesia.

Email: [23072190091@lspr.edu](mailto:23072190091@lspr.edu)

---

### Article History:

Received: 16-01-2025

Revised: 01-02-2025

Accepted: 19-02-2025

### Keywords:

*LinkedIn, Computer Mediated Communication, Pemberdayaan Perempuan*

**Abstract:** *Upaya untuk merekognisi perusahaan dalam memberdayakan ekonomi perempuan perlu dilakukan agar inisiatif perusahaan makin dikenal. Oleh karena itu UN Women Asia and the Pacific menyelenggarakan Asia-Pacific WEPs Awards 2024 untuk merayakan perusahaan yang menciptakan dunia kerja yang adil dan setara. Melalui saluran media sosial LinkedIn, UN Women Asia and the Pacific mengkomunikasikan berbagai informasi tentang rangkaian proses penghargaan tersebut. Studi ini berupaya untuk memahami konsep komunikasi korporat melalui LinkedIn dengan teori Computer Mediated Communication (CMC) untuk memahami proses komunikasi UN Women Asia and the Pacific. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus yang digunakan oleh peneliti.*

---

## PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi perempuan tidak dapat lepas dari memastikan hak-hak dasar perempuan terpenuhi serta adanya inisiatif aktif dari perusahaan untuk mendorong perempuan ditempatkan dalam posisi strategis. Laporan dari Bank Dunia menyorot tentang kesenjangan perempuan di dunia kerja yang cukup signifikan. Perempuan menikmati sekurangnya dua pertiga hak-hak yang dimiliki lelaki. Kesenjangan upah antara perempuan dan lelaki masih sangat terlihat. Perempuan hanya mendapatkan 77 sen dari satu dollar yang didapatkan lelaki. Kesenjangan ini tidak hanya terjadi pada pengupahan saja, namun hingga masa pensiunnya. Padahal perempuan cenderung hidup lebih lama, mengambil waktu cuti lebih banyak untuk mengurus anak hingga mengambil pensiun dini (World Bank, 2024).

Untuk dapat mendorong adanya upaya untuk menutup kesenjangan gender di dunia kerja, UN Women dan UN Global Impact menerbitkan *Women's Economic Empowerment* (WEPs) atau Prinsip-prinsip Pemberdayaan Ekonomi Perempuan untuk dapat menuntun pelaku bisnis mengedepankan kesetaraan gender, serta pemberdayaan perempuan di tempat kerja, pasar dan komunitas. Pelaku bisnis memiliki andil dalam menerapkan standar hak tenaga kerja internasional dan hak asasi manusia.

Terdapat tujuh prinsip WEPs, yaitu: 1) kepemimpinan perusahaan tingkat tinggi untuk kesetaraan gender, 2) perlakukan semua perempuan dan laki-laki secara adil di tempat kerja serta menghargai dan mendukung hak asasi manusia tanpa diskriminasi, 3) memastikan kesehatan, kesejahteraan, dan keselamatan karyawan, 4) mempromosikan pendidikan dan pelatihan untuk kemajuan karier, 5) mengimplementasi pengembangan perusahaan, rantai pasokan, dan praktik pemasaran yang memberdayakan perempuan, 6) mempromosikan kesetaraan gender melalui inisiatif dan advokasi komunitas, serta 7) mengukur dan mengadvokasi pengukuran dan pelaporan kesetaraan gender.



### Gambar 1. Prinsip Pemberdayaan Ekonomi Perempuan (*Women's Empowerment Principles*)

Perusahaan dan pelaku bisnis dapat mendaftarkan diri mereka menjadi penandatangan WEPs dan ikut aktif dalam mengimplementasi prinsip-prinsip tersebut untuk mengedepankan kesetaraan gender dan pemberdayaan ekonomi perempuan di tempat kerja, pasar dan komunitas. Kini terdapat 9,500 penandatangan secara global dan 2,500 penandatangan di Asia-Pasifik yang giat berkomitmen dalam memberdayakan ekonomi perempuan.

Untuk dapat mendorong prinsip WEPs diterapkan di perusahaan-perusahaan, UN Women Asia and the Pacific menyelenggarakan Asia-Pacific WEPs Awards 2024 dalam rangka merayakan upaya-upaya yang dilakukan perusahaan dalam mengurusutamakan kesetaraan gender dan menutup kesenjangan yang ada. Pada tahun 2024, terdapat lima kategori yaitu: *leadership and commitment* (sejalan dengan prinsip WEPs 1), *gender inclusive workplace* (sejalan dengan prinsip WEPs 2 dan 3), *gender responsive marketing* (sejalan dengan prinsip WEPs 4 dan 5), *community engagement and partnerships* (sejalan dengan prinsip WEPs 6) dan *transparency and reporting* (sejalan dengan prinsip WEPs 7). Terdapat pula 2 kategori tambahan yaitu *innovative financing*, dan rekognisi khusus untuk *SME Champions* atau pejuang UMKM.

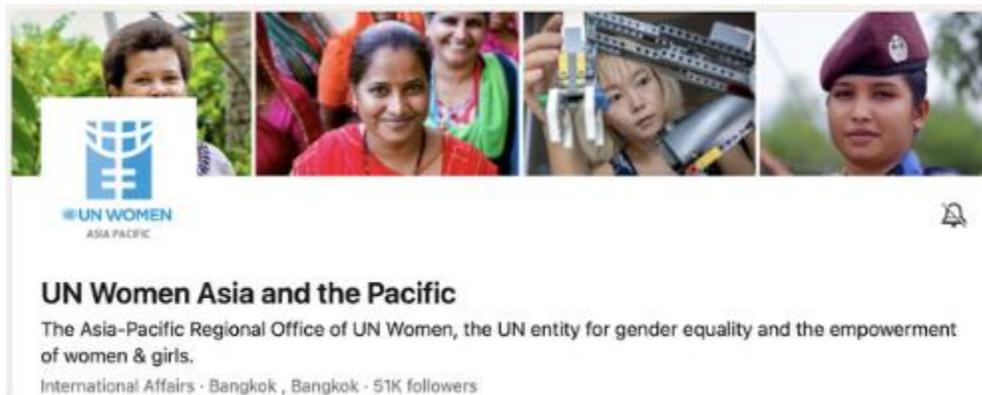


## Gambar 2. Kategori Asia-Pacific WEPS Awards 2024 (*About the Awards / UN Women Asia-Pacific WEPS Awards, n.d.*)

Periode pendaftaran penghargaan ini dilakukan dari tanggal 2 Mei hingga 31 Juli. Untuk mendapatkan pendaftar aplikasi yang cukup signifikan, UN Women Asia and the Pacific menggunakan media sosial secara konsisten untuk menarik peminat dari kalangan pekerja profesional. UN Women Asia and the Pacific menggunakan saluran media sosial LinkedIn untuk mensosialisasi tentang penghargaan mereka serta mengedukasi publik tentang manfaatnya mengikutsertakan perusahaan ke dalam penghargaan ini.

Media sosial LinkedIn adalah media sosial yang berfokus pada jejaring pekerja profesional dengan lebih dari 1 milyar pengguna di dunia. Ia diluncurkan oleh Reid Hoffman pada 5 Mei 2003. Sejak saat itu LinkedIn menjadi tempat membagikan informasi oleh anggota LinkedIn tentang pencapaian pribadi di dunia kerja hingga peristiwa-peristiwa penting yang hendak dikabarkan perusahaan melalui halaman resmi mereka di LinkedIn guna meningkatkan citra dan reputasi perusahaan dalam menggaet talenta terbaik. LinkedIn dikenal sebagai alat berjejaring profesional yang digunakan untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang dapat meningkatkan karir seorang individu. Struktur halaman LinkedIn yang membedakan dari media sosial lainnya adalah LinkedIn didisain untuk memudahkan interaksi profesional (Davis et al., 2020).

Dalam hal memberikan informasi terkait penyelenggaraan Asia-Pacific WEPS Awards 2024, maka LinkedIn menjadi saluran yang tepat untuk UN Women Asia and the Pacific karena langsung menasar pada khalayak yang menggunakan LinkedIn untuk berjejaring secara profesional dan menaikkan visibilitas karirnya serta visibilitas citra perusahaan. UN Women Asia and the Pacific pun memiliki halaman resminya sendiri yang dapat dipercaya oleh publik dan menjadi pusat rujukan informasi terkait kegiatan-kegiatan dan publikasi yang dilakukan oleh UN Women Asia and the Pacific.



**Gambar 3. Profil akun LinkedIn UN Women Asia and the Pacific (sumber: LinkedIn UN Women Asia and the Pacific, 2025)**

Mempublikasikan kemenangan atas sebuah penghargaan bagi Usaha Kecil Menengah dan Mikro dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. Manfaat ini dapat berupa peningkatan kepercayaan pelanggan, meningkatkan citra bisnis, publisitas dan promosi, meningkatkan semangat moral dan keterlibatan karyawan, kesempatan untuk berjejaring serta mendapatkan umpan balik positif dari pelanggan (Jones et al., 2014). Oleh karena itu, perusahaan yang menerapkan kebijakan kesetaraan gender dan prinsip WEPs dapat meningkatkan citra perusahaan jika mereka memenangkan penghargaan Asia-Pacific WEPs Awards 2024.

Penghargaan ini dilaksanakan serentak dalam beberapa negara termasuk Indonesia, India, Malaysia, Tiongkok, Vietnam, dan beberapa negara Asia-Pasifik lainnya. Konten publikasi yang dirancang oleh UN Women Asia and the Pacific pun disasar untuk perusahaan-perusahaan yang berlokasi di Asia-Pasifik dan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran khalayak akan adanya penghargaan ini.

UN Women Asia and the Pacific pun kemudian memulai proses penghargaan dengan melakukan *Regional Launch Event* melalui *webinar*. Kemudian mereka melakukan sesi informasi langsung melalui pertemuan dalam zoom setiap dua minggu sekali yang diberitahu kepada publik melalui halaman resmi LinkedIn. Di dalam sesi informasi langsung tersebut, orang-orang yang tertarik untuk mendaftar dalam proses penghargaan tersebut dapat mengajukan pertanyaan dan informasi lengkap terkait proses pendaftaran penghargaan ini. Informasi-informasi untuk mengetahui tentang kegiatan ini pun dipublikasikan melalui LinkedIn.

Selain itu itu meningkatkan peminatan proses pendaftaran penghargaan Asia-Pacific WEPs Awards 2024, maka UN Women Asia and the Pacific menampilkan konten testimoni para pemenang penghargaan sebelumnya. Seperti testimoni berupa kutipan dari Nen Lin Soo, kepala hubungan masyarakat *Forest Interactive* (Malaysia), video testimoni dari *Unilever* yang memenangkan *community engagement & partnerships* (Vietnam), Fujitsu yang memenangkan *transparency & reporting* (Philippines), Amarta yang memenangkan *gender-inclusive workplace* (Indonesia) serta PwC yang memenangkan *transparency & reporting* (Tiongkok).

Untuk menandakan unggahan terkait Asia-Pacific WEPs Awards 2024, maka setiap keterangan pada unggahan tersebut disematkan tagar #WEPsAwards2024 #WEPs #GenderActionLab serta menandai *Australian Department of Foreign Affairs and Trade*

(DFAT). Tagar tersebut diberikan agar memudahkan khalayak untuk mencari informasi tentang penghargaan tersebut. Sedangkan penandaan DFAT dilakukan untuk menunjukkan bahwa program penghargaan tersebut mendapatkan dukungan donor dari Departemen Urusan Luar Negeri Pemerintah Australia.

Penggunaan media sosial LinkedIn oleh UN Women Asia and the Pacific untuk mendiseminasi kabar tentang Asia-Pacific WEPs Awards 2024 sangat menarik untuk diteliti. LinkedIn sebagai media untuk berjejaring di antara para profesional serta Asia-Pacific WEPs Awards 2024 yang merupakan ajang penghargaan rekognisi perusahaan dalam memajukan kesetaraan gender di dunia kerja memiliki misi yang saling beririsan dan saling berkaitan. LinkedIn yang memiliki anggota pengguna yang merupakan pekerja profesional akan mendapatkan informasi yang diperlukan dari rangkaian acara Asia-Pacific WEPs Awards 2024 yang ditujukan kepada pekerja profesional dan perusahaan.

Unggahan sesering mungkin sangat disarankan untuk menarik peminat pendaftar terhadap Asia-Pacific WEPs Awards 2024. Penggunaan LinkedIn yang sering dapat meningkatkan interaksi di antara kontak sehingga menaikkan manfaat jejaring (Davis et al., 2020). Oleh karena itu penting bagi UN Women Asia and the Pacific untuk terus mengunggah terkait *Asia-Pacific WEPs Awards 2024* secara berkala dan konsisten untuk menarik peminat. Walaupun *UN Women Asia and the Pacific* bukanlah sebuah badan perusahaan namun ia adalah organisasi yang diakui dunia terkait upayanya untuk memajukan dan mempromosikan kesetaraan gender. Penggunaan LinkedIn untuk organisasi UN Women Asia and the Pacific dapat dilihat dari kacamata komunikasi korporat. Komunikasi korporat dimaknai sebagai rangkaian fungsi manajemen yang menerapkan kerangka kerja dan kosa kata untuk segala bentuk komunikasi koordinasi yang efektif dengan tujuan untuk menegakkan dan mempertahankan reputasi yang diinginkan dengan kelompok pemangku kepentingan yang penting bagi organisasi tersebut. Disiplin ilmu ini adalah ilmu yang membutuhkan keahlian multidisiplin. Komunikasi korporat membutuhkan pendekatan kepada manajemen komunikasi sehingga mereka sangat kompleks. Kekompleksan komunikasi korporat ini terjadi diakibatkan oleh jangkauan organisasi tersebut mencakup wilayah geografis yang luas seperti melibatkan perusahaan multinasional atau memiliki layanan dan produk yang beragam (Cornelissen, 2014). Telah banyak organisasi yang menggunakan LinkedIn untuk pertukaran informasi, komunikasi yang ditargetkan, meningkatkan kesadaran akan merek, pemasaran dan rekrutmen, jejaring profesional serta membangun citra korporat (Lipińska, 2018). Hal ini juga telah dilakukan secara konsisten oleh UN Women Asia and the Pacific.

Selain LinkedIn, konten-konten terkait Asia-Pacific WEPs Awards 2024 telah dibagikan di Facebook dan X (Twitter) kecuali Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa tim komunikasi UN Women Asia and the Pacific memahami betul penggunaan media sosial yang tepat terlebih program Asia-Pacific WEPs Awards 2024 memiliki target publik terhadap pekerja profesional. LinkedIn juga memiliki fitur untuk dapat menargetkan kelompok tertentu seperti rekan bisnis dan pegawai. Fitur lainnya yang terdapat pada LinkedIn seperti tombol *like* dan *repost* juga dapat meningkatkan jangkauan sebuah unggahan agar terlihat oleh para kontak dan pengikut para pengguna yang menyukai sebuah unggahan.

Program Asia-Pacific WEPs Awards 2024 juga bermanfaat bagi UN Women Asia and the Pacific karena berupaya meningkatkan kerjasama UN Women sebagai organisasi

internasional dengan sektor swasta dan pemangku kepentingan yang dapat turut mendukung kemajuan kesetaraan gender. Selain itu penggunaan media sosial seperti LinkedIn juga penting untuk mempromosikan kesetaraan gender di sektor swasta agar upaya kesetaraan gender berjalan beriringan di sektor publik dan swasta.

Penggunaan media sosial LinkedIn sebagai saluran UN Women Asia and the Pacific untuk memberikan informasi terkait Asia-Pacific WEPs Awards 2024 akan dipahami peneliti menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC). McQuail dalam Nielsen (2017) menjabarkan CMC sebagai sebuah tindakan komunikasi yang berlangsung menggunakan dua atau lebih perangkat elektronik. CMC juga dimaknai sebagai sebuah metode untuk menciptakan, bertukar dan menerima informasi yang membantu dalam *encode, decode* dan mentransmisikan pesan dengan menggunakan jaringan telekomunikasi. Interaksi manusia yang berdasarkan pada teks simbolik, yang diarahkan atau difasilitasi dengan teknologi digital juga disebut termasuk dari CMC. Teori CMC ini diterapkan pada pertukaran pesan menggunakan media internet, surat elektronik, pesan instan, teks telepon seluler, interaksi pengguna multiple dan lainnya (Kumar & Natarajan, 2017).

Darmawan (2012) membagi CMC ke dalam beberapa dimensi yaitu: (a) Dimensi aksesibilitas menandai bahwa informasi melalui CMC mampu mencapai akses atau jangkauan yang luas. (b) Dimensi kecepatan informasi dapat diamati dari proses penyampaian informasi oleh pengirim melalui CMC dapat menunjukkan kecepatan dalam penerimaan informasi kepada penerima. (c) Dimensi jumlah dapat dimaknai sebagai informasi yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima melalui CMC dapat memenuhi kebutuhan jumlah informasi yang diperlukan. (d) Dimensi keefektifan kognitif dimengerti sebagai informasi yang disampaikan oleh pengirim melalui proses CMC dapat memberikan dan menambahkan pengetahuan secara efektif mengenai informasi yang dibutuhkan penerima. (e) Dimensi relevansi dilihat dari bagaimana informasi yang disampaikan melalui proses CMC oleh pengirim sesuai dengan tingkat kesesuaian dan kebutuhan informasi yang diperlukan penerima pesan. (f) Dimensi motivasi dipahami sebagai bagaimana informasi yang disampaikan oleh pengirim melalui proses CMC dapat memunculkan motivasi kepada penerima pesan untuk memahami pesan dan mengambil tindakan dari informasi yang diterima.

Perkembangan media online dan penggunaannya memberikan sebuah lingkungan dimana organisasi dapat digunakan untuk membangun hubungan dengan pemangku kepentingan. Citra organisasi dapat dikembangkan dengan komunikasi dialog. Organisasi memiliki peluang untuk membangun citra organisasi yang positif dengan melibatkan dinamika sosial pemangku kepentingan (Pang et al., 2016).

Berdasarkan penjelasan yang telah ditulis, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana LinkedIn dimanfaatkan oleh *UN Women Asia and the Pacific* untuk meningkatkan ketertarikan dan minat terhadap *Asia-Pacific WEPs Awards 2024*. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pemanfaatan LinkedIn *UN Women Asia and the Pacific* sebagai media komunikasi *Asia-Pacific WEPs Awards 2024*.

## METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode deskriptif dalam penelitian kualitatif merupakan pendekatan dimana

peneliti menganalisis data. Peneliti menggunakan kerangka kerja yang terbatas dan interpretasi untuk menjelaskan data dan katalog ke dalam tema (Creswell & Creswell, 2022). Fenomena yang diamati dalam studi ini, yaitu penggunaan LinkedIn sebagai sarana komunikasi publik UN Women Asia and the Pacific untuk meningkatkan pendaftaran Asia-Pacific WEPEs Awards 2024.

Objek penelitian berfokus pada akun resmi LinkedIn UN Women Asia and the Pacific yang dikelola oleh tim komunikasi UN Women Asia and the Pacific, melalui metode studi kasus. Studi kasus adalah metodologi pemeriksaan filosofis tentang metode dan teknik yang berkaitan dengan pendekatan spesifik untuk menyelidiki dunia sosial (Denzin & Lincoln, 2018).

Adapun studi kasus dalam penelitian ini akan menggunakan studi kasus deskriptif untuk memahami lebih baik penggunaan LinkedIn sebagai media informasi tentang Asia-Pacific WEPEs Awards 2024. Studi kasus deskriptif dapat dimaknai sebagai pendekatan yang holistik, interpretatif, studi tentang kesamaan, dan intrinsik. Tujuan dari studi kasus deskriptif adalah untuk mengembangkan sebuah potret yang detail tentang sebuah fenomena. Pendekatan studi kasus deskriptif menggunakan metode observasi dan tinjauan (Denzin & Lincoln, 2018).

Dalam penelitian ini, data primer yang didapatkan dari pengamatan akun LinkedIn UN Women Asia and the Pacific, dan data sekunder tentang informasi pendaftar *Asia-Pacific WEPEs Awards 2024* yang dilaporkan melalui media sosial LinkedIn. Untuk dapat meneliti akun LinkedIn secara menyeluruh, peneliti akan melakukan studi kepustakaan. Kegiatan studi kepustakaan dimaknai oleh Purwono (2006) sebagai berbagai bentuk upaya yang dikerjakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Peneliti mengumpulkan informasi dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan, ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia dan sumber-sumber yang tertulis baik tercetak maupun yang terdapat ditemui secara elektronik (Purwono, 2006). Zed (2004) menjelaskan bahwa terdapat empat ciri utama studi pustaka yaitu: 1) Peneliti secara langsung berhadapan dengan teks (naskah) atau data angka, serta bukan informasi langsung dari lapangan atau orang yang menjadi saksi mata kejadian, 2) data pustaka yang ada dihadapan peneliti bersifat siap pakai, hal ini diartikan sebagai peneliti tidak perlu berpindah tempat dan pergi kecuali hanya berhadapan langsung dengan bahan sumber yang sudah tersedia di perpustakaan, 3) data pustaka yang didapatkan peneliti umumnya adalah sumber sekunder, hal ini dipahami sebagai peneliti memperoleh bahan dari tangan kedua dan bukan data orisinal yang didapatkan dari tangan pertama di lapangan, dan terakhir 4) kondisi data pustaka yang didapati peneliti tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari pengamatan akun LinkedIn *UN Women Asia and the Pacific* yang dikelola oleh tim komunikasi UN Women Asia and the Pacific. Selain itu, data sekunder lainnya yang akan didapatkan oleh peneliti adalah pemberitaan media daring yang akan digunakan untuk kebutuhan analisis sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti akan merangkai alur analisis diawali dengan mengolah data berdasarkan panduan enam dimensi dalam teori *Computer Mediated Communication*. Peneliti akan melakukan analisis berikutnya dengan memahami relevansi objek penelitian dalam konsep *Corporate Communications*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun LinkedIn *UN Women Asia and the Pacific* mengunggah 42 unggahan terkait WEPs Awards 2024 dan 3 unggahan terkait prinsip-prinsip WEPs serta *stakeholder* yang mendanai program tersebut. Setiap unggahan terkait WEPs Awards dan WEPs Forum selalu menyertai logo UN Women, Australian Aid, Gender Action Lab dan WEPs. Rangkaian kegiatan WEPs Awards dimulai dengan adanya pengumuman webinar *2024 WEPs Awards Regional Launch Event* dan *Live Information Session* sebanyak lima kali dari bulan Mei hingga bulan Juli. *Live Information Session* atau sesi informasi langsung melalui Zoom dilakukan untuk menyampaikan teknis pendaftaran WEPs Awards.

Sosialisasi WEPs Awards 2024 juga dilakukan oleh UN Women Indonesia dengan perusahaan-perusahaan dan komunitas profesional seperti Srikandi BUMN. Kegiatan tersebut didokumentasi dan diunggah dalam saluran LinkedIn UN Women Asia and the Pacific karena UN Women Indonesia dan UN Women kantor negara lainnya ditemukan tidak memiliki akun LinkedIn. Unggahan dari UN Women Indonesia yang melakukan sosialisasi WEPs Awards sejumlah tiga kali unggahan menandakan bahwa UN Women Indonesia aktif mendekati berbagai perusahaan agar mereka mendaftarkan diri dalam ajang WEPs Awards. Kantor negara-negara UN Women tidak memiliki akun LinkedIn sehingga informasi tentang rangkaian kegiatan WEPs Awards dipublikasikan melalui akun LinkedIn UN Women Asia and the Pacific. Hal ini menunjukkan bahwa LinkedIn UN Women Asia and the Pacific dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh kantor perwakilan di setiap negara agar dapat menjangkau komunitas profesional dari seluruh dunia.

Selama masa pendaftaran WEPs Awards, konten-konten yang ditayangkan bermuatan manfaat mendapatkan penghargaan, video testimonial pemenang WEPs Awards sebelumnya serta motivasi untuk pegiat kesetaraan gender dalam perusahaan dan dunia kerja untuk mendaftarkan dan menominasikan perusahaan untuk mengikuti ajang WEPs Awards. Tenggat waktu pendaftaran WEPs Awards 2024 berakhir pada 15 Juli, namun tenggat pendaftaran diperpanjang hingga 31 Juli untuk memberikan waktu bagi perusahaan mendaftarkan diri dan menyelesaikan proses pengumpulan berkas. Informasi ini diunggah ke dalam akun LinkedIn untuk memberi tahu khalayak tentang masa akhir pendaftaran tersebut.

Usai tenggat pendaftaran selesai, UN Women Asia and the Pacific mengumumkan bahwa mereka sangat antusias untuk meninjau aplikasi pendaftaran yang masuk melalui halaman WEPs Awards. Mereka juga mengumumkan bahwa terdapat 300 aplikasi yang masuk ke dalam website mereka di bulan Agustus. Akan tetapi selang sebulan dari pengumuman tersebut mereka mengungkapkan ada 600 aplikasi yang masuk dan diunggah pada bulan September. Dalam unggahan tersebut mereka juga mengumumkan terdapat 21 negara di Asia dan Pasifik yang mendaftarkan diri dalam ajang penghargaan tersebut.

Menjelang acara penghargaan WEPs Awards regional yang dilaksanakan pada 3 Desember 2024, UN Women Asia and the Pacific mengumumkan tanggal-tanggal WEPs Awards yang akan diselenggarakan di negara Thailand, Malaysia, Indonesia, Filipina, Vietnam dan India serta disertai dengan tanggal seremoni regional. Pemberitahuan tersebut diunggah pada bulan September 2024. Selain itu mereka juga mengumumkan nama-nama juri yang akan menilai di tahap regional pada bulan Oktober 2024. Juri-juri tersebut merupakan praktisi dari berbagai sektor industri, kantor organisasi dan dari berbagai

negara. Hal ini menandakan bahwa WEPs Awards merupakan ajang penghargaan yang memiliki prinsip-prinsip inklusif dan mengutamakan keberagaman untuk dapat menilai perusahaan-perusahaan yang aktif memperjuangkan kesetaraan gender di tempat kerja.



**Gambar 4. Pengumuman juri WEPs Awards 2024 di tingkat regional (sumber: LinkedIn UN Women Asia and the Pacific, 2025)**

Sebagai negara yang pertama menyelenggarakan seremoni penghargaan di tingkat nasional, Thailand mengumumkan acara tersebut dalam tiga unggahan. Unggahan pertama mengumumkan tanggal serta tautan kalendr untuk mengingatkan khalayak tentang acara tersebut sehingga mereka bisa menonton secara langsung melalui akun resmi Facebook dan YouTube. Unggahan kedua dan ketiga berisikan jumlah hari yang tersisa menuju acara seremoni tersebut. Thailand menjadi satu-satunya negara yang memiliki keistimewaan untuk mengumumkan acara mereka dengan unggahan hitung mundur. Dalam mengumumkan pemenangnya, unggahan tersebut tidak secara spesifik menjelaskan pemenang setiap kategori, akan tetapi mereka menyebutkan berbagai pemangku kepentingan yang mendukung terlaksananya kegiatan tersebut. Dalam unggahan tersebut, penggunaan bahasa Thailand juga mendapatkan tempat di dalam keterangan, berbeda dengan unggahan dari negara lain yang tidak ada penggunaan bahasa lokalnya.

Sedangkan Malaysia merupakan negara yang tidak memiliki kantor perwakilan UN Women tetap mengadakan seremoni penghargaan tersebut dengan menggandeng LeadWomen, sebuah perusahaan layanan jasa dan konsultasi bisnis. Acara seremoni WEPs Awards Malaysia dibarengi dengan Gender Action Lab (GAL) Malaysia Summit 2024 pada tanggal 15 Oktober 2024 sebagai pra-acara *LeadWomen APAC Diversity, Equity & Inclusion (DEI) Summit* pada tanggal 16 dan 17 Oktober 2024. Acara ini juga didukung oleh Kementerian Sumber Daya Manusia, Malaysia dan TalentCorp. Kolaborasi UN Women Asia and the Pacific dengan entitas LeadWomen menandakan bahwa pentingnya menjalin kerjasama dengan praktisi di tingkat nasional dalam mengedepankan nilai-nilai WEPs untuk memajukan kesetaraan gender di dunia kerja. LeadWomen sebagai *stakeholder* memegang peranan penting dalam membantu UN Women Asia and the Pacific untuk mencapai lebih banyak perusahaan untuk mendaftarkan diri ke dalam ajang WEPs Awards 2024. Dengan demikian hal ini memudahkan UN Women Asia and the Pacific untuk mencari lebih banyak pendaftar dan turut mengenalkan prinsip-prinsip WEPs.

Di India, UN Women bekerjasama dengan Delegasi *Delegation of the European Union to India* serta *Global Gateway* untuk menyelenggarakan seremoni WEPs Awards. Di dalam unggahannya, UN Women mengenalkan tujuh juri untuk peserta dari India, empat diantaranya adalah lelaki dan tiga lainnya adalah perempuan. Juri-juri tersebut berasal dari *Confederation of Indian Industry, Delegation of the European Union to India and Bhutan, Bill and Melinda Gates Foundation, The Advertising Standards Council of India, Ford Foundation, UN Global Compact Network India* dan World Bank. Di unggahan yang sama, UN Women Asia and the Pacific juga mengumumkan bahwa ajang WEPs Awards India akan dibarengi dengan WEPs Forum India dan didukung oleh program EU-funded Women Empower India (WE) yang tertulis dalam keterangan unggahan tersebut. Dalam unggahan tersebut, tidak dijelaskan bagaimana khalayak bisa mengakses acara tersebut baik secara daring maupun luring.

Akan tetapi untuk WEPs Awards Filipina, khalayak diberikan kesempatan untuk menghadiri acara tersebut. Hal ini diumumkan melalui unggahannya di bulan November dan disertai dengan tempat diadakannya kegiatan serta tautan untuk mendaftar di acara tersebut. Selang beberapa hari kemudian, juri untuk ajang WEPs Awards Filipina diumumkan dimana terdapat enam juri dengan proporsi gender yang seimbang, tiga juri perempuan dan tiga juri lelaki. Juri-juri tersebut berasal dari praktisi bisnis, universitas dan komisi perempuan.

Di antara pengumuman untuk seremoni WEPs Awards Filipina, pemenang untuk WEPs Awards Indonesia diumumkan pasca seremoni WEPs Awards Indonesia. Berbeda dengan negara lainnya, tidak ada unggahan khusus untuk negara Indonesia yang menjelaskan kapan akan diadakannya WEPs Awards Indonesia dan jurinya secara terpisah. UN Women Asia and the Pacific menyebutkan bahwa program tersebut didanai oleh *European Union*. Di dalam unggahan tersebut, terdapat tujuh perusahaan dan satu orang yang mendapatkan rekognisi atas komitmennya dalam kepemimpinan untuk mengedepankan kesetaraan gender. Tautan siaran pers dan siaran ulang juga disematkan ke dalam keterangan untuk memudahkan khalayak menyaksikan acara WEPs Awards 2024. Pengumuman pemenang WEPs Awards Filipina diunggah paling akhir setelah pengumuman semua pemenang regional ditayangkan. Dalam unggahan tersebut terdapat satu nama tokoh dan tujuh perusahaan yang disebut dalam unggahan tersebut. Kehadiran duta besar Australia mendapatkan ucapan terima kasih khusus sedangkan terdapat tiga belas nama yang merupakan pemangku kepentingan disebutkan dalam unggahan tersebut. Unggahan tersebut juga mengumumkan 29 penandatanganan WEPs yang baru dari negara Filipina.

Sebulan kemudian pemenang untuk WEPs Awards India diunggah. Sama seperti pengumuman pemenang WEPs Awards Indonesia, terdapat delapan perusahaan yang disebutkan dan satu orang yang mendapatkan rekognisi atas komitmen dalam kepemimpinannya. UN Women juga mengumumkan kerjasamanya dengan *Delegation of the European Union to India* dengan meluncurkan "Women Empower India" yang berisikan bantuan dana sebesar 2.78 juta USD untuk menguatkan partisipasi ekonomi perempuan. Dalam unggahan tersebut, UN Women menekankan pada jumlah 423 penandatanganan WEPs yang turut serta mendorong transformasi korporat untuk mendukung kesetaraan gender. Unggahan tersebut menyebutkan para pemangku kepentingan yang hadir seperti duta besar *European Union*, Koordinator PBB di India, Perwakilan Negara untuk UN Women di India dan

pejabat tinggi lainnya turut berkomitmen untuk mengakhiri kekerasan terhadap perempuan dalam rangka 16 Hari Anti Kekerasan Terhadap Perempuan. Unggahan ini menjadi lebih menarik karena UN Women menyebutkan jumlah penandatanganan di negara India, berbeda dengan negara lainnya yang tidak disebutkan. Hal ini bisa terjadi karena angka penandatanganan WEPs terlihat sangat signifikan dibandingkan penandatanganan lainnya di negara-negara Asia dan Pasifik.

Pengumuman pemenang WEPs Awards regional diumumkan melalui unggahan LinkedIn. Setiap kategori menampilkan juara satu hingga juara tiga. Beberapa pemenang mendapatkan rekognisi khusus atas kerja-kerja mereka. Dalam gambar yang diunggah untuk mengumumkan para pemenang, logo-logo ditampilkan untuk mewakili perusahaan sebanyak 23 logo, sedangkan terdapat tujuh foto pemenang yang ditampilkan.



**Gambar 5. Pengumuman pemenang di Asia-Pacific WEPs Awards 2024 (sumber: LinkedIn UN Women Asia and the Pacific, 2025)**

Untuk negara Vietnam, tidak ada unggahan khusus yang menjelaskan acara, juri maupun pemenang WEPs Awards.

Identitas merek WEPs Awards yang digunakan dalam setiap unggahan sangat konsisten dalam desainnya. UN Women Asia and the Pacific berhasil membuat perbedaan dalam unggahan terkait WEPs Awards di halaman LinkedInnya ketika terdapat berbagai program lainnya yang membutuhkan publikasi dan memiliki identitas yang berbeda dengan WEPs Awards. Selain itu penggunaan logo UN Women, Australian Aid, Gender Action Lab dan WEPs terus disematkan untuk menunjukkan penyelenggara, donor utama dan nama-nama program.

Selain menciptakan visibilitas WEPs Awards, UN Women Asia and the Pacific juga mempublikasi WEPs Forum Report, peluncuran Gender Action Lab serta seruan untuk menjadi bagian dari gerakan WEPs. Hal ini dinilai penting karena Gender Action Lab merupakan program yang didanai oleh Australian Aid dan WEPs adalah prinsip pemberdayaan perempuan yang dicetuskan oleh PBB, sehingga untuk menjelaskan kepada publik tentang rangkaian program yang didanai oleh Australian Aid maka Gender Action Lab harus disematkan ke setiap visual unggahan di LinkedIn. Oleh karena itu butuh upaya untuk

menyelaraskan pesan yang hendak disampaikan dari dalam UN Women Asia and the Pacific. Penyebutan pemangku kepentingan seperti Australian Aid dan berbagai entitas seperti World Bank dan badan pemerintah disertai dengan penyebutan pejabat publik dan tokoh, dinilai sebagai upaya UN Women Asia and the Pacific mengkomunikasikan kepada publik tentang keterlibatan pemangku kepentingan dan perannya dalam menyerukan kesetaraan gender. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi korporat yang menjelaskan bagaimana dibutuhkan manajemen komunikasi yang kompleks untuk menegakkan dan mempertahankan reputasi UN Women Asia and the Pacific. Dibutuhkan koordinasi yang efektif dari tim komunikasi dan tim program pemberdayaan ekonomi perempuan yang melaksanakan program tersebut untuk mempublikasi berbagai kegiatan dan terbitan yang dikeluarkan oleh tim tersebut. Hal ini membutuh keahlian multidisiplin terlebih ketika program yang dijalankan mencakupi wilayah geografis yang begitu luas seperti Asia dan Pasifik. Perlu adanya koordinasi antara desainer grafis, ahli komunikasi serta manajer program agar pesan yang disampaikan sejalan dengan tujuan penyelenggaraannya WEPs Awards serta pihak-pihak yang terlibat mendapatkan rekognisi. Tentunya agar upaya penyampaian pesan tersebut tercapai dengan baik, dibutuhkan struktur organisasi dan prosedur yang efektif yang dapat membantu proses eksekusi unggahan di laman LinkedIn UN Women Asia and the Pacific. Asia-Pacific WEPs Awards 2024 adalah program regional sehingga hanya membutuhkan penggunaan akun UN Women Asia and the Pacific sebagai satu satunya sumber informasi tentang ajang ini bisa didapatkan. Jika setiap negara yang memiliki kantor UN Women memiliki akun LinkedIn masing-masing, maka hal ini akan dinilai tidak efektif untuk mendapatkan rekognisi yang dibutuhkan di tingkat regional terkait berita para pemenang WEPs Awards.

Selain itu memberikan visibilitas kepada para pemangku kepentingan di LinkedIn UN Women Asia and the Pacific, dapat meningkatkan citra baik dan paparan yang lebih luas kepada khalayak LinkedIn. Ketika pemangku kepentingan disebut dalam unggahan LinkedIn UN Women Asia and the Pacific, maka mereka akan mendapatkan *engagement* ke halaman LinkedIn pribadi atau milik perusahaannya. Ketika unggahan LinkedIn mendapatkan *likes*, *comment* dan *repost*, maka algoritma LinkedIn akan bekerja untuk menaikkan paparan unggahan kepada pengikut orang-orang yang memberikan reaksi terhadap unggahan tersebut. Unggahan WEPs Awards yang paling banyak mendapatkan reaksi *like* adalah pengumuman pemenang India sebanyak 87 *likes* dan 8 *reposts*, sedangkan unggahan pemenang regional mendapatkan 76 *likes*, 3 komentar dan 13 *reposts*. Hal ini menandakan bahwa ketika para pemangku kepentingan disebutkan, maka mereka akan mengunggah ulang atau *repost* agar mereka mendapatkan paparan lebih terhadap para pengikutnya. Dari sini pengguna LinkedIn akan memberikan reaksi atas pencapaian para pemangku kepentingan terutama bagi peserta yang sudah memenangkan WEPs Awards.

Halaman LinkedIn UN Women Asia and the Pacific bertujuan untuk meningkatkan *engagement* dengan pengikutnya yang merupakan orang-orang yang profesional di dalam dunia kerja, terlebih jika mereka memiliki visi misi untuk mengedepankan kesetaraan gender. LinkedIn sangat populer di antara para pekerja profesional untuk menaikkan citra dan reputasi diri sehingga mendapatkan koneksi dari berbagai industri. Konten-konten UN Women Asia and the Pacific di LinkedIn lebih banyak menggunakan bahasa formal yang disesuaikan dengan para pekerja profesional. Selain itu unggahan tersebut sangat

mengutamakan penyebutan berbagai badan organisasi dan instansi yang terlibat serta tokoh-tokoh yang memiliki peranan penting di tempat kerjanya. Tokoh-tokoh tersebut tentunya memiliki koneksi yang tidak dimiliki oleh UN Women Asia and the Pacific, oleh karena itu penting bagi UN Women untuk terus menjangkau lebih banyak pengguna LinkedIn agar misi mereka dalam menyebarkan WEPs dapat dikenal dan diterapkan di tempat kerja melalui kebijakan-kebijakan yang pro pekerja perempuan. Selain meningkatkan visibilitas UN Women Asia and the Pacific, penggunaan LinkedIn dalam rangkaian kegiatan Asia-Pacific WEPs Awards memberikan kredibilitas dan reputasi baik bagi UN Women sebagai organisasi dunia yang memimpin gerakan kesetaraan gender dalam dunia kerja. LinkedIn dinilai sebagai *platform* yang efektif untuk menginformasikan dunia pekerja profesional tentang ajang Asia-Pacific WEPs Awards dari masa pendaftaran hingga pengumuman pemenang perusahaan.

Akun LinkedIn UN Women Asia and the Pacific dinilai memenuhi dimensi *Computer Mediated Communication*.

Unggahan UN Women Asia and the Pacific di LinkedIn dalam dimensi *accessibility*, memberikan informasi yang jelas terhadap jaringan pekerja profesional. LinkedIn memiliki jangkauan penetrasi yang lebih baik terhadap dunia pekerja profesional dibandingkan dengan media sosial lainnya. Algoritma unggahan yang muncul di halaman LinkedIn juga diutamakan untuk pengguna yang memiliki ketertarikan dalam memajukan kesetaraan gender. Tentunya LinkedIn akan sulit diakses jika pengguna LinkedIn memiliki gangguan mengakses internet, namun karena sebagian besar pengguna LinkedIn adalah pekerja profesional maka akses internet bukanlah masalah.

Dimensi *speed* dalam unggahan UN Women Asia and the Pacific di LinkedIn dapat dilihat sebagai informasi yang disebarkan dalam waktu yang cepat dan direspon kembali dengan cepat oleh penerima pesan. Para jaringan pekerja profesional yang mengikuti UN Women Asia and the Pacific dapat langsung memberikan reaksi konten dengan *like*, *comment* dan *repost*.

Dimensi *amount* dapat dilihat dari jumlah informasi yang diunggah pihak UN Women Asia and the Pacific melalui akun resmi LinkedIn tentang *timeline* ajang Asia-Pacific WEPs Awards 2024. UN Women Asia and the Pacific secara berkala membagikan informasi tentang live information session yang sering diadakan, tenggat untuk pendaftaran, waktu seremoni nasional dan regional, nama juri hingga daftar pemenang Asia-Pacific WEPs Awards. Rata-rata dalam sebulan UN Women Asia and the Pacific akan mengunggah 5 unggahan dalam kurun waktu sembilan bulan. Bulan Juli merupakan bulan dimana UN Women Asia and the Pacific mengunggah konten paling banyak tentang Asia-Pacific WEPs Awards 2024. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan jumlah pendaftar yang menominasikan perusahaan mereka. Dalam dimensi *relevance*, dimensi ini dimaknai sebagai kesesuaian informasi yang dilihat dari kebutuhan informasi khalayak dan apa yang diinformasikan UN Women Asia and the Pacific melalui LinkedIn kepada para pekerja profesional sangat sesuai dengan kebutuhan khalayak dan pengikutnya. Informasi yang didapatkan pengikut UN Women Asia and the Pacific sesuai dengan kebutuhan khalayak pekerja profesional yang memperjuangkan kesetaraan gender di dunia kerja.

Dalam memenuhi dimensi *cognitive effectiveness*, informasi yang diunggah UN Women Asia and the Pacific melalui LinkedIn dapat dirasakan oleh pengikutnya atau bahkan

pengguna LinkedIn yang bukan pengikutnya. Hal ini dibuktikan dari jumlah orang yang berinteraksi di unggahan yang memiliki penyebutan nama perusahaan dan nama-nama pemangku kepentingan. Adanya penyebutan nama-nama tersebut dapat dirasakan sebagai pengguna LinkedIn memiliki dampak baik bagi citra dan reputasi perusahaan dan para pengguna profesional LinkedIn.

Untuk dimensi *motivating*, unggahan UN Women Asia and the Pacific di LinkedIn memiliki dampak bagi pengikutnya. Konten unggahan UN Women Asia and the Pacific memotivasi pengikutnya dengan menjelaskan manfaat jika memenangkan Asia-Pacific WEPs Awards. Hal ini terbukti dari 600 pendaftar yang menominasikan perusahaannya untuk memenangkan ajang Asia-Pacific WEPs Awards 2024. Selain jumlah pendaftar yang tinggi, sesi informasi langsung memberikan informasi yang dibutuhkan pekerja profesional untuk mendaftarkan diri.

Unggahan UN Women Asia and the Pacific terkait Asia-Pacific WEPs Awards memenuhi keenam dimensi CMC yang saling terikat satu sama lain dan saling melengkapi sehingga penggunaan LinkedIn untuk membagikan informasi tentang ajang penghargaan tersebut dapat dilaksanakan seefektif mungkin dan mendapatkan jangkauan yang lebih banyak di jaringan pekerja profesional. Para pemangku kepentingan yang mendukung dilaksanakannya Asia-Pacific WEPs Awards 2024 juga mendapatkan rekognisi baik dan meningkatkan citra dan reputasi institusi. Para pemenang Asia-Pacific WEPs Awards baik dalam tingkat nasional dan regional juga mendapatkan sebutan di halaman resmi UN Women Asia and the Pacific sehingga mendapatkan rekognisi secara global sehingga para pemenang yang merupakan pengguna LinkedIn juga akan lebih banyak dijangkau orang.

Selain menjangkau para pekerja profesional yang sudah mengedepankan kesetaraan gender di dunia kerja, diharapkan pekerja profesional yang tidak memiliki pemahaman tentang prinsip-prinsip pemberdayaan ekonomi perempuan (WEPs) juga terinspirasi untuk meningkatkan kesetaraan gender di dunia kerjanya dan mengimplementasikan ketujuh prinsip WEPs tersebut. Selanjutnya jika mereka tertarik untuk berkomitmen maka mereka akan bergabung menandatangani komitmen WEPs, dan jika dirasa sudah dapat memenuhi dengan baik ketujuh prinsip WEPs tersebut, mereka juga dapat menominasikan diri dalam penghargaan Asia-Pacific WEPs Awards.

Tujuan dilaksanakannya Asia-Pacific WEPs Awards adalah untuk rekognisi upaya-upaya para perusahaan dan individu yang berkomitmen menjalankan prinsip WEPs. Hal ini sejalan dengan mandat UN Women Asia and the Pacific untuk terus menggalakkan kesetaraan gender negara-negara Asia Pasifik terutama di dunia kerja.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, kesimpulan yang didapatkan adalah penggunaan LinkedIn sebagai media sosial UN Women Asia and the Pacific dalam memberikan informasi berkala terkait penyelenggaraan ajang penghargaan Asia-Pacific WEPs Awards 2024 kepada jaringan pekerja profesional di LinkedIn dapat meningkatkan citra dan reputasi baik UN Women Asia and the Pacific maupun para pemangku kepentingan dari donor, mitra, juri hingga para pemenang penghargaan tersebut. Asia-Pacific WEPs Awards 2024 tidak hanya memberikan manfaat berupa kredibilitas dan visibilitas tentang upaya dan komitmen mereka namun juga dapat memotivasi jaringan

pekerja profesional untuk dapat menerapkan prinsip WEPs.

LinkedIn menjadi media sosial para pekerja profesional untuk berbagi tentang dunia kerja termasuk dalam hal inovasi dan inisiatif baik untuk memajukan kesetaraan gender di dunia kerja. Penggunaan LinkedIn untuk proses penyelenggaraan Asia-Pacific WEPs Awards 2024 dapat berjalan lancar karena LinkedIn memudahkan diseminasi informasi penghargaan tersebut terjadi dari masa pendaftaran hingga pengumuman pemenang. Tujuan adanya Asia-Pacific WEPs Awards sesuai dengan media sosial LinkedIn yang diperuntukkan untuk para pekerja profesional sehingga mereka dapat mengakses informasi tentang penyelenggaraan Asia-Pacific WEPs Awards 2024 baik di tingkat nasional dan regional.

Interaksi antara UN Women Asia and the Pacific sebagai sebuah organisasi internasional dengan donor, mitra, dan pelaku industri tercipta karena difasilitasi oleh fitur-fitur yang dimiliki LinkedIn. Selain itu interaksi ini membangun citra dan reputasi baik bagi setiap pemangku kepentingan yang terlibat dan disebutkan dalam setiap unggahan terkait Asia-Pacific WEPs Awards 2024. Bentuk komunikasi ini sejalan dengan manajemen komunikasi korporat yang membutuhkan keahlian multidisiplin untuk mencapai tujuan UN Women Asia and the Pacific.

## SARAN

Pemahaman mengenai penggunaan LinkedIn UN Women Asia and the Pacific sebagai media komunikasi dan diseminasi informasi tentang penyelenggaraan Asia-Pacific WEPs Awards 2024 dipahami dapat menysasar pada jaringan pekerja profesional yang tepat dan mencapai tujuan dilaksanakannya komunikasi itu sendiri. Media LinkedIn dapat memberikan khalayak yang tepat bagi UN Women Asia and the Pacific untuk menjalankan programnya dari mendapatkan peserta hingga memberikan rekognisi dan menginspirasi peningkatan kesetaraan gender di dunia kerja. UN Women Asia and the Pacific sebagai salah satu organisasi terbesar dalam tingkat regional memiliki pengaruh yang besar dalam memperjuangkan kesetaraan gender terutama di dunia kerja. Selain itu LinkedIn berguna untuk menjaga dan meningkatkan citra dan reputasi untuk UN Women Asia and the Pacific dan memberikan visibilitas bersama donor, mitra dan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian ini berupaya untuk menggali aplikasi konsep Komunikasi Korporat dalam implementasi strategi komunikasi UN Women Asia and the Pacific dalam konteks unggahan konten, khalayak yang ditargetkan serta pemangku kepentingan yang berperan aktif dalam penyelenggaraan ajang penghargaan Asia-Pacific WEPs Awards. Melalui pendekatan kualitatif dan data pustaka disarankan dapat membantu melihat keefektifan LinkedIn sebagai media sosial yang tepat untuk bentuk ajang penghargaan Asia-Pacific WEPs Awards. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat seberapa besar pengaruh akun LinkedIn UN Women Asia and the Pacific terhadap jaringan pekerja profesional di Asia Pasifik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] About the Awards | UN Women Asia-Pacific WEPs Awards. (n.d.). UN Women WEPs Awards. <https://www.asiapacificwepsawards.org/about-the-awards>
- [2] About Women's Empowerment Principles. (n.d.). Women's Empowerment Principles. Retrieved August 11, 2024, from <https://www.weps.org/about>
- [3] Cornelissen, J. P. (2004). Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice.

- [4] Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). SAGE Publications. [http://books.google.ie/books?id=335ZDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Qualitative,+Quantitative,+and+Mixed+Methods+Approaches+john+cresswell+2020&hl=&cd=1&source=gbs\\_api](http://books.google.ie/books?id=335ZDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Qualitative,+Quantitative,+and+Mixed+Methods+Approaches+john+cresswell+2020&hl=&cd=1&source=gbs_api)
- [5] Davis, J., Wolff, H. G., Forret, M. L., & Sullivan, S. E. (2020). Networking via LinkedIn: An examination of usage and career benefits. *Journal of Vocational Behavior*, 118, 103396. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103396>
- [6] Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). SAGE Publications.
- [7] Jones, P., Scherle, J., Pickernell, D., Packham, G., Skinner, H., & Peisl, T. (2014). Fool's Gold? The Value of Business Awards to Small Businesses. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 15(2), 89–100. <https://doi.org/10.5367/ijei.2014.0151>
- [8] Kumar, A., & Natarajan, S. (2017). Computer mediated communication: A pathway to analyze social media communication trajectories. In *Man in India*. <https://www.researchgate.net/publication/316958672>
- [9] Lipińska, M. (2018). Corporate Communication in Social Media with the Use of LinkedIn. *Social Communication*, 4(s1), 23–29. <https://doi.org/10.2478/sc-2018-0020>
- [10] Nielsen, M. I. S. (2017b). Computer-mediated communication and self-awareness – A selective review. *Computers in Human Behavior*, 76, 554–560. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.015>
- [11] Pang, A., Shin, W., Lew, Z., & Walther, J. B. (2016). Building relationships through dialogic communication: organizations, stakeholders, and computer-mediated communication. *Journal of Marketing Communications*, 24(1), 68–82. <https://doi.org/10.1080/13527266.2016.1269019>
- [12] Purwono. (2006). Studi kepustakaan. *Info Persadha*, 6, 2. [https://e-journal.usd.ac.id/index.php/Info\\_Persadha/article/view/25](https://e-journal.usd.ac.id/index.php/Info_Persadha/article/view/25)
- [13] UN Women Asia-Pacific WEPs Awards. (n.d.). UN Women WEPs Awards. <https://www.asiapacificwepsawards.org/>
- [14] Women's Empowerment Principles: Guidance to business on how to promote gender equality and women's empowerment in the workplace, marketplace and community. (n.d.). In *Women's Empowerment Principles*. Retrieved August 11, 2024, from [https://www.weps.org/sites/default/files/2021-04/Women%27s%20Empowerment%20Principles%20Flyer\\_0.pdf](https://www.weps.org/sites/default/files/2021-04/Women%27s%20Empowerment%20Principles%20Flyer_0.pdf)
- [15] World Bank. (2024). *Women, Business and the Law 2024*. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-2063-2>
- [16] Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia