

**Pemanfaatan Instagram Dalam Membentuk  
*Personal Branding* Mahasiswa Ilmu Komunikasi  
Universitas Kristen Satya Wacana**

Oleh :

**WULAN KRISDIYANTI SINAGA**

**362018132**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KRIS TEN SATYA WACANA**

**SALATIGA**

## Kata Pengantar

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas karunianya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan “Pemanfaatan Instagram dalam Membentuk *Personal Branding* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana. Tidak dapat disangka bahwa butuh usaha dan juga kerja keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu saya. Terimakasih saya sampaikan kepada :

1. Neil Samuel Rupidara, S.E., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Kristen Satya Wacana
2. Om Dr. Ir. Royke R. Siahainenia, M.S.i selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi
3. Ka Pratiwi Christin Harnita, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan berbagai pengalaman kepada penulis.
4. Mba Budhi Widi Astuti, S.I.Kom, M.A, CPS selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan berbagai pengalaman kepada penulis.
4. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staff yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
5. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat

berkah dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.



Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wulan Krisdiyanti Sinaga'.

**Wulan Krisdiyanti Sinaga**

## DAFTAR ISI

<b>Judul</b> .....	1
<b>Kata Pengantar</b> .....	2
<b>Daftar Isi</b> .....	4
<b>Abstrak</b> .....	6
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	8
1.1 Latar Belakang .....	8
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis .....	14
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis .....	14
1.5 Konsep yang Digunakan dan Batasan Penelitian .....	15
1.5.1 Definisi Konseptual .....	15
1.5.2 Batasan Penelitian .....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	19
2.1 Komunikasi .....	19
2.2 New Media .....	20
2.3 Uses and Effect .....	23
2.4 Personal Branding .....	24
2.5 Kredibilitas .....	24
2.6 Penelitian Terdahulu .....	26
2.7 Kerangka Pikir Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	31
3.1 Pendekatan Penelitian .....	31
3.1.2 Jenis Penelitian .....	32
3.2 Unit Amatan dan Unit Analisa .....	32
3.2.1 Unit Amatan .....	32
3.2.2 Unit Analisa .....	33

3.3 Jenis dan Sumber Data .....	33
3.3.1 Data Primer .....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.5 Metode Analisis Data .....	35
3.6 Penelitian Lokasi dan <i>Schedule</i> Penelitian .....	35
3.7 Sistematika Penulisan.....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Deskripsi Informan Penelitian .....	38
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	42
4.2.1 Tanggapan Mengenai Personal Branding Melalui Media Sosial .....	42
4.2.2 Pemanfaatan Media Sosial yang dilakukan Dalam Membentuk <i>Personal Branding</i> Mahasiswa Ilmu Komunikasi.....	47
4.2.3 Media Sosial yang Paling Efektif Sebagai Wadah <i>Pembrandingan</i> .....	53
4.2.4 Benefit yang didapatkan Setelah Melakukan <i>Personal Branding</i> .....	55
4.3 Hasil Pembahasan .....	58
4.3.1 Eranya Digital .....	58
4.3.2 <i>Personal Branding</i> Melalui Media Sosial .....	59
4.3.3 Benefit dari Personal Branding .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UKSW .....	64
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	65
<b>Lampiran – lampiran .....</b>	<b>66</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>81</b>

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana  
 repository.uksw.edu

## **ABSTRAK**

### **Pemanfaatan Instagram dalam Membentuk *Personal Branding* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana**

**Oleh :**

**Wulan Krisdiyanti Sinaga**

Bagi seorang mahasiswa, personal branding merupakan hal yang sangat lumrah dan penting untuk dilakukan karena memiliki dampak yang besar khususnya dunia pekerjaan. Bukan hanya di dunia pekerjaan saja, personal branding juga dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang, membangun koneksi khususnya pada satu bidang, dan juga meningkatkan kredibilitas atau nilai jual seseorang. Di era digital yang sudah maju ditambah lagi dengan kompetisi antar individu sekarang ini, semakin banyak orang yang memiliki kesamaan keahlian dalam berbagai-bagai bidang. Ardianto (2011) dalam buku Komunikasi 2.0 mengatakan bahwa media sosial online memiliki pengaruh yang besar dalam menciptakan opini masyarakat. Itu sebabnya penelitian ini penting untuk dilakukan agar dapat mengetahui bagaimana mahasiswa ilmu komunikasi UKSW melakukan pemanfaatan media social khususnya instaram dalam membangun personal branding, dan juga apa benefit yang didapat ketika mahasiswa tersebut melakukan branding pada dirinya melalui instagram. Tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial dalam membentuk personal branding mahasiswa ilmu komunikasi UKSW. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena peneliti menganggap bahwa permasalahan yang diteliti cukup dinamis sehingga data yang akan diperoleh tak hanya bersumber dari observasi dan studi pustaka melainkan juga melalui deepinterview (wawancara secara

mendalam) kepada narasumber sehingga didapatkan jawaban yang lebih alamiah. Melakukan personal branding melalui media sosial ternyata memiliki banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh keempat informan, mendapatkan job dan berpenghasilan sendiri, dikenal oleh banyak orang, dipercayakan oleh orang, tanpa bertemu orang sudah tahu sebagian besar kepribadian yang dimiliki oleh informan karena melihat dari akun media sosial yang dimiliki karena tanpa disadari orang yang melakukan personal branding melalui media sosial sudah memberikan portofolio secara online.. media sosial khususnya instagram sangat memiliki benefit yang besar dalam pembentukan personal branding mahasiswa ilmu komunikasi UKSW. Kredibilitas ataupun nilai jual yang naik pun dirasakan oleh mahasiswa tersebut.



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pemanfaatan Media Sosial dalam Membentuk *Personal Branding* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana**  
Nama Mahasiswa : **Wulan Krisdiyanti Sinaga**  
NIM : **362018132**  
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

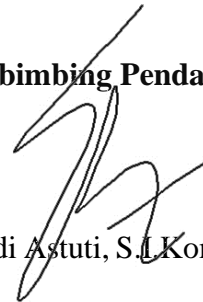
Disetujui Oleh,

**Pembimbing Utama,**



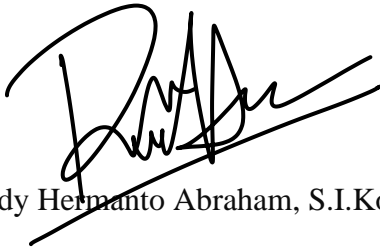
Pratiwi Christin Harnita, S.Sos., M.I.Kom

**Pembimbing Pendamping,**




Budhi Widi Astuti, S.I.Kom, M.A, CPS

**Diketahui Oleh,  
Kaprodi,**



Rendy Hermanto Abraham, S.I.Kom., M.I.Kom

**Disahkan Oleh,  
Dekan,**



Dr. Ir. Royke R. Sihainenia, M.Si.

Disetujui tanggal: 9 Mei 2022

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
SALATIGA  
2022**