



**Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap personal Branding
Mahasiswa Fakultas Komunikasi Universitas Mercu buana**

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi di Bidang Studi Public Relations (PR)

Disusun Oleh :

SUDARWANTO
44214120041
**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**METODE PENELITIAN KUANTITATIF
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2019**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sudarwanto

NIM : 44214120041

Bidang Studi :Public Relations

Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap personal Branding Mahasiswa Fakultas Komunikasi Universitas Mercu buana

Dengan ini menyatakan bahwa penulisan skripsi ini adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari hasil karya orang lain, kecuali terdapat pada beberapa kutipan yang telah saya cantumkan sumber informasinya dengan jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila terbukti melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, serta Bersedia melakukan kembali proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 25 May 2020



Sudarwanto

Ketua Bidang Studi

A blue ink signature of Dr. Elly Yuliatwati, M.Si.

Dr Elly Yuliatwati, M.Si

Pembimbing

A blue ink signature of Dr. Ispawati Asrie, MM.

Dr. Ispawati Asrie, MM



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap personal Branding Mahasiswa Fakultas Komunikasi Universitas Mercu buana**

Nama : Sudarwanto

NIM : 44214120041

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 25 Juni 2020

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(DR. Ispawati Asrie, MM)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap personal Branding Mahasiswa Fakultas Komunikasi Universitas Mercu buana.**

Nama : Sudarwanto

NIM : 44214120041

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 25 July 2020

Ketua Sidang
Dr. A. Rahman

(.....)

Penguji Ahli,
Ponco Budi Sulisty, M. Comm. Ph.D

(.....)

Pembimbing
DR. Ispawati Asrie, MM

(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKIN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap personal Branding Mahasiswa Fakultas Komunikasi Universitas Mercu buana.**

Nama : Sudarwanto

NIM : 44214120041

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations


Jakarta, 25 July 2020

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing


Ketua Bidang Public Relations

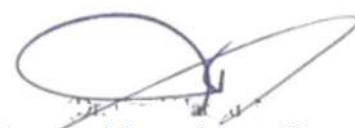

(DR. Ispawati Asrie, MM)


(Dr. Elly Yulhawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Ponco Budi Sulisty, M. Comm. Ph.D)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Sudarwanto
44214120041

Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap personal Branding Mahasiswa
Fakultas Komunikasi Universitas Mercu buana
Jumlah Halaman : VIII+ 114 halaman + 43 lampiran

ABSTRAK

Komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang disampaikan melalui simbol dan gerakan tertentu pada lingkungan sekitar. Salah satu contoh komunikasi nonverbal adalah personal branding. Personal branding sangat unik diteliti karena mengkaji seberapa besar pengaruh Komunikasi Non Verbal pada mahasiswa fakultas komunikasi Universitas Mercubuana. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh besar Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap personal Branding Mahasiswa Fakultas Komunikasi Universitas Mercu buana. Analisis ini menggunakan variabel independen yaitu Personal Branding. Variabel dependennya adalah *Personal Branding*.

Sampel penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Komunikasi Program studi *Public Relations dan Broadcasting* yang menempuh pendidikan pada Universitas Mercu buana. Sampel dilakukan dengan metode *stratified random Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner disebarkan langsung ke mahasiswa sebanyak 87 kuesioner. Metode statistik menggunakan Analisis Regresi *Linear* sederhana, dengan pengujian hipotesis uji statistik T dan uji statistik F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal secara signifikan positif mempengaruhi personal branding sebagai suatu proses membentuk persepsi masyarakat atau suatu lingkungan terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang atau individu.

Kata kunci: Komunikasi Nonverbal, *Personal Branding*, Universitas Mercu buana, Mahasiswa



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Sudarwanto
44214120041

The Influence of Non-Verbal Communication on Personal Branding of Students
of the Faculty of Communication, University of Mercu Buana
Number of Pages: VIII + 114 pages + 43 attachments

ABSTRACT

Nonverbal communication is communication that is conveyed through certain symbols and movements in the surrounding environment. One example of nonverbal communication is personal branding. Personal branding is very unique in research because it examines how much influence Non Verbal Communication has on students of the Faculty of Communication at Mercubuana University. This study aims to test empirically the large effect of Non-Verbal Communication on Personal Branding of Students of the Faculty of Communication, University of Mercu Buana. This analysis uses an independent variable is Personal Branding. The dependent variable is Personal Branding.

The sample of this research is students of the Faculty Communication Public Relations and Broadcasting Study Program who studied at the University Mercubuana. The sample was carried out by using the stratified random sampling method. The data was collected by using a questionnaire distributed directly to students as many as 87 questionnaires. The statistical method uses simple Linear Regression Analysis, with hypothesis testing T statistical tests and F statistical tests.

The results of this study indicate that nonverbal communication has a significant positive effect on personal branding as a process of shaping the perception of society or an environment on aspects owned by a person or individual.

Keywords: Nonverbal Communication, Personal Branding, Mercubuana University, Students

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji bagi Allah Rabb semesta alam. Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan dengan baik skripsi yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap personal Branding Mahasiswa Fakultas Komunikasi Universitas Mercu buana “**.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar kesarjanaan strata satu (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi jurusan *Public Relations* di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari banyak pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi, maka peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam segala hal selama proses penyelesaian skripsi ini, antara lain peniti tujuan kepada :

1. Ibu DR. Ispawati Asrie, MM selaku dosen pembimbing yang selalu dengan sabar membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini, selalu memberikan motivasi, arahan, serta masukan selama proses pembuatan skripsi.
2. Ibu Dr. Elly Yulawati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.S.S., sebagai Ketua Program Studi Komunikasi di Universitas Mercu buana.
4. Ibu Dr. Elly Yulawati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.
5. Ponco Budi Sulisty, M.Com, Phd. sebagai Dekan Fakultas Komunikasi di Universitas Mercu buana.

6. Segenap Dosen Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan ilmunya kepada saya selama proses perkuliahan.
7. Kepada keluarga yang sudah memberikan dukungan kepada penulis selama menjalani proses kuliah sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
8. Gita Felony, Maaya Affia, Natasya Lukita dan Yossy Aryani Koyongian dan seluruh teman teman angkatan 26 Public Relation tercinta yang tidak bisa sebutkan namanya satu persatu, yang telah memberikan dukungan dan semangat serta menjadi teman yang tidak akan terlupakan oleh penulis, terima kasih untuk segala hal indah dan menyenangkan yang kalian berikan selama ini.
9. Kepada semua teman-teman penulis yang sudah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis, dan semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada teman-teman dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini serta semoga hasil karya ini bisa bermanfaat untuk semua pihak.

Jakarta, 28 Desember 2019

Penulis

Sudarwanto

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	I
ABSTRAK	IV
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR LAMPIRAN	XII
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Penelitian Akademis	10
1.4.2. Manfaat Penelitian Praktis	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Kajian Teoritis	17
2.2.1. Kominikasi	19
2.2.2. Komunikasi Nonverbal	30
2.2.2.1. Konsep Diri	35
2.2.2.2. Teori Interaksional Simbolik.....	38
2.2.3. Personal Branding	39
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Paradigma Penelitian.....	46
3.2. Metode Penelitian.....	47
3.3. Populasi dan <i>Sample</i>	48
3.3.1. Populasi	48
3.3.2. <i>Sample</i>	49
3.4. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	53
3.4.1. Definisi Konsep.....	53
3.4.2. Operasionalisasi Konsep	54
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	59
3.5.1.1. Uji Validitas	59
3.5.1.2. Uji Reliabilitas.....	61
3.5.1.3. Hasil Uji Validitas Dan Relibilitas.....	62
3.6. Teknik Analisis Data.....	65

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	70
4.1.1. Sejarah Universitas Mercu buana.....	70
4.1.2. Visi Dan Misi	77
4.2. Hasil Penelitian	79
4.2.1. Karakteristik Responden Berdsarkan Bidang Studi	79
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.3. Deskriptif Variabel Penelitian.....	80
4.3.1. Deskriptif Variabel Komuniksai Nonverbal (X).....	80
4.3.1.1. Dimensi Kinesis	81
4.3.2.2. Dimensi Vokalis Atau Paralanguage.....	85
4.3.2.3. Dimensi Penampilan Fisik.....	88
4.3.2. Deskriptif Variable Personal Branding (Y).....	91
4.3.2.1. Dimensi You	91
4.3.2.2. Dimensi Promise	93
4.3.2.3. Dimensi Relationship.....	94
4.4. Hasil Analisis Statistik Inferensial.....	95
4.4.1. Uji Asusmsi Klasik.....	97
4.4.1.1. Uji Normalitas.....	97
4.4.1.2. Uji Multikolonieritas.....	99
4.4.2. Analisis Uji Hipotesis.....	100
4.4.2.1. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	100
4.4.2.2. Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	101
4.4.3. Analisis F (F Test).....	102
4.4.4. Analisis T (T Test).....	103
4.4.5. Pembahasan Dan Hasil Penelitian	104
4.4.5. Pengaruh Komunikasi Nonverbal Terhadap Personal Branding.....	104
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	108
5.2. Saran.....	108
5.2.1. Saran Akademis.....	108
5.2.2. Saran Praktis.....	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pra Survey Pengaruh Komunikasi Nonverbal	5
Tabel 1.2. Pra Survey Personal Branding	7
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.2. Karakteristik Perilaku Nonverbal.....	33
Tabel 3.1. Populasi Penelitian.....	49
Tabel 3.2. Rumus Yamane	51
Tabel 3.3. Besaran Sampel Penelitian.....	52
Tabel 3.4. Sampel Penelitian.....	52
Tabel 3.5. Dimensi Variabel X (Komunikasi Non Verbal)	56
Tabel 3.6. Dimensi Variabel Y (personaal branding).....	57
Tabel 3.7. Korelasi Product Moment	63
Tabel 3.8. Kriteria Penafsiran Koefisien Validitas	60
Tabel 3.9. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Komunikasi Nonverbal.....	63
Tabel 3.10. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Personal Branding.....	64
Tabel 3.11. Hasil Uji Reabilitas	64
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Studi	79
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.3. Deskripsi Dimensi Kinesis (aktivitas tubuh)	81
Tabel 4.4. Perilaku diri dalam Memberikan respon terhadap komunikan	81
Tabel 4.5. Perilaku dalam membentuk branding diri.....	82
Tabel 4.6. Perilaku dalam menunjukan Branding diri	83
Tabel 4.7. Cara penyampaian pesan melalui gerak tubuh/ penampilan.....	84
Tabel 4.8. Deskripsi Dimensi Vokalis atau paralanguage	85
Tabel 4.9. Cara berkomunikasi dalam mengelola ucapan/ kata-kata pada saat berbicara.....	85
Tabel 4.10. Kemampuan dalam mengatur intonasi pada saat berbicara	86
Tabel 4.11. Cara mengatur keras atau lembutnya pada saat berkomunikasi	87
Tabel 4.12. Deskripsi Dimensi Penampilan fisik, haptics (touch).....	88
Tabel 4.13. Cara Berpenampilan sesuai dengan personal branding yang sedang dibangun atau di perkuat	88
Tabel 4.14. Menggunakan pakaian yang nyaman agar selaras dengan apa yang akan brand yang dibentuk atau diciptakan	89
Tabel 4.15. Berpenampilan seuai dengan situasi dan kondisi.....	90
Tabel 4.16. Deskripsi Dimensi You.....	92
Tabel 4.17. Kemampuan atau cari khas yang dimiliki untuk membentuk suatu brand pada diri sendiri dan lingkungan sekitar	93
Tabel 4.18. Mampu untuk menginterpretasikan yang dimiliki ke lingkungan sekitar..	93
Tabel 4.19. Deskripsi Dimansi Promise.	94
Tabel 4.20. Dapat bertanggung jawab terhadap apa yang mereka ciptakan terhadap lingkungan sekitar.	94

Tabel 4.21. Memberikan pandangan kelingkungan sekitar terhadap apa yang mereka bentuk/ perkuat.....	96
Tabel 4.22. Deskripsi Dimensi Relationship.....	97
Tabel 4.23. Tanggapan yang didapat dari lingkungan sekitar pada diri.	97
Tabel 4.24. terciptanya rasa nyaman lawan komunikasi terhadap mahasiswa tersebut.....	102
Tabel 4.25. Statistika Deskriptif Penelitian.....	103
Tabel 4.26. Hasil Uji Normalitas.....	105
Tabel 4.27. Uji Normalitas dengan One Sample Kolmogorov Smirnov Test.....	106
Tabel 4.28. Hasil Uji Multikolinearitas.....	107
Tabel 4.29. Analisis Regresi.....	108
Tabel 4.30. Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	109
Tabel 4.31. Hasil Uji F	110
Tabel 4.32. Hasil Uji T.....	111



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN	XI
Lampiran 1. Instrumen Penelitian, Data Penelitaian.....	111
Lampiran 2. Hasil Setiap Variable Mean, Median, Mode, Std. Deviation, Minimum, Maxsimum, Sum.....	120
Lampiran 3. Uji Normalitas Data.....	125
Lampiran 4. Uji Linieritas Data.....	125
Lampiran 5. Surat Ijin Penelitian.....	132
Lampiran 6. Curriculum Vitae.....	133



UNIVERSITAS
MERCU BUANA