"PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING MAHASISWA/I PUBLIC RELATIONS UNIVERSITAS MERCU BUANA"

SKRIPSI

Skripsi Ini Dibuat Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh:

MANSURI

44216010002

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

http://digilib.mercubuana.ac.id/

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Mansuri
44216010002

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Mahasiswa/I Public Relations Universitas Mercu Buana
Bibliografi : 5 Bab 175 Hal + Lampiran + 28 Buku + 6 Jurnal + 7 Internet

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadikan munculnya media sosial baru seiring perkembangan zaman. Salah satunya adalah *Instagram* yang mempunyai banyak penggunanya di seluruh penjuru dunia, Media sosial *Instagram* dapat menjadi salah satu alat untuk pembentukan *personal branding* yang baik pada diri seseorang melalui foto dan video yang diunggah namun hal tersebutlah yang masih kurang disadari oleh para pengguna aktif instagram khususnya Mahasiswa Public Relations Universitas Mercu Buana

Penelitian ini menggunakan paradigma *post positivisme,* metode yang digunakan yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif, Subyek Penelitian ini adalah mahasiswa public relations Univeristas mercubuana, Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dan didukung oleh observasi dari data-data dokumentasi dan beberapa jurnal penelitian.

Hasil dari penelitian ini menujukan bahwa Mahasiswa Public Relations memanfaatkan media social instagramnya untuk membangun personal branding tentang diri mereka melalui ciri khas serta kemampuan (*skill)* yang mereka kuasai kepada semua orang, dari foto dan video yang mereka unggah ke dalam instagram pribadinya. Melalui manajemen kesan, mereka mengola pesan yang ingin di sampaikan kepada orang lain, agar apa yang mereka sampaikan dapat diterima oleh publik dan menimbulkan presepsi yang baik kepada dirinya. Sehingga feed back yang muncul ditandai dengan munculnya likes, komen serta followers baru yang ingin mengikuti dirinya pada media social instagram pribadinya serta citra diri yang melekat.

Kata Kunci : *Media Social, Instagram, Personal Branding, Public Relatios*

http://digilib.mercubuana.ac.id/

Mercu buana university
faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Mansuri
44216010002

Utilization of Instagram Social Media in Forming Public Relations Students at Mercu Buana University
Bibliografi : 5 chapter 175 pages + attachments + 28 Books + 6 journal + 7 Internet

ABSTRACT

The rapid development of technology makes the emergence of new social media along with the times. One of them is Instagram which has many users in all corners of the world, Instagram social media can be one tool for the formation of a good personal branding in a person through photos and videos uploaded, but this is what is still not realized by active users of Instagram especially students Public Relations of Mercu Buana University

This study uses the post positivism paradigm, the method used is descriptive with a qualitative approach. The subject of this research is the public relations student of the University of Mercubuana. Data collection in this study was obtained through in-depth interviews and supported by observations from documentation data and several research journals.

The results of this study show that Public Relations Students utilize their social media instagram to build personal branding about themselves through the characteristics and abilities (skills) that they master to everyone, from the photos and videos that they upload into their personal instagram. Through impression management, they process the message they want to convey to others, so that what they convey can be received by the public and raises a good perception of themselves. So that the feed back that appears is marked by the emergence of likes, comments and new followers who want to follow him on his personal Instagram social media and self-attached image.

Kata Kunci : *Social Media, Instagram, Personal Branding, Public Relatios*

http://digilib.mercubuana.ac.id/

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Mansuri
NIM	: 44216010002
Bidang Studi	: Public Relations
Fakultas	: Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh, bahwa skripsi yang berjudul,

"Pemanfaatan Media Social Instagam Dalam Pembentukan Personl Branding Mahasiswa Public Universitas Mercu Buana" adalah murni hasil penelitian dan pemikiran saya untuk melengkapi salah satu syarat menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini dibuat bukan berdasarkan tiruan maupun duplikasi penelitian yang sudah ada, jika mengutip dari sumber penelitian lain saya mencantumkan sumber berikut dalam skripsi ini.

Demikian surat ini saya buat dengan sungguh-sungguh, apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan dan terbukti melakukan plagiatrsm, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi ini

Jakarta, 6 Juli 2020
Yang Bertanda Tanggan Di bawah Ini

METERAI TEMPEL
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Mansuri

http://digilib.mercubuana.ac.id/

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul	: Pemanfaatan Media Social Instagram Dalam Pemebentukan Personal Branding Mahasiswa/I Public Relations Universitas Mercu Buana
Nama	: Mansuri
Nim	: 44216010002
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Public Relations

Jakarta, 30 Mei 2020

Mengetahui

Pembimbing

(Radityo Muhammad, SH, MA)

http://digilib.mercubuana.ac.id/

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul	: Pemanfaatan Media Social Instagram Dalam Pemebentukan Personal Branding Mahasiswa/I Public Relations Universitas Mercu Buana
Nama	: Mansuri
Nim	: 44216010002
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Public Relations

Jakarta, 30 Juli 2020

Ketua Sidang

Anindita S.Pd, M.Ikom

Penguji Ahli

Dra. Diah Wardhani, M.Si

Pembimbing

Radityo Muhammad, SH, MA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul	: Pemanfaatan Media Social Instagram Dalam Pemebentukan Personal Branding Mahasiswa/I Public Relations Universitas Mercu Buana
Nama	: Mansuri
Nim	: 44216010002
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Public Relations

Jakarta, 30 Juli 2020

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing

(Radityo Muhammad, SH, MA)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyo, M.Comn, Ph.D)

Ketua Progrm Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

NO. 189

http://digilib.mercubuana.ac.id/

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahrabbil'alamiin, Puji serta syukur peneliti panjatkan atas kehadirat allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini yang berjudul "Pemanfaatan Media Social Instagram Dalam Pembentukan Personal Branding Mahasiswa/I Public Relations Universitas Mercubuana" dapat terselesaikan. Shalawat dan salam kita panjatkan kepada nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan bagi seluruh umat manusia. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari do'a dan dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak dan kerja keras peneliti. Oleh karnanya peneliti mengucapkan banyak-banyak terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Radityo Muhammad, SH, MA sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan saya bimbingan, arahan, dan masukan yang bermanfaat untuk skipsi ini.
2. Ponco Budi Sulistyo, S.Sos, M.Comn, Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Farid Hamid Umarella, S.Sos, M.Si Sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Dr. Elly Yuliawati, M.Si, Selaku Ketua Bidang (KABID) studi Public Relations Universitas Mercu Buana
5. Jajaran TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

6. Untuk orang tua saya tercinta, Bapak. Najiburrahman dan Ibu. Bunsari yang tiada henti memberikan saya doa, dukungan, semangat dan kerja keras untuk mengkuliahkan saya agar menjadi anak yang terdidik, sehingga saya bisa menyelesaikan skirpsi ini dengan baik
7. Dan untuk kaka saya dan adik-adik saya Nurbaiti, Sabrina, Muhammad Ansor, dan Jihan Anggraini yang telah mensupport saya menjadi penghibur setiap hari disaat saya pusing dengan penelitian untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini.
8. Serta kepada teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satupersatu. Terima kasih karna selalu ada dan membuat saya semasa kuliah selalu di penuhi warna warni yang membuat pengalaman kuliah ini menjadi berarti. Khususnya teman-teman HIMA PR 2016, dan juga kepada Ardian dan Rayhan yang sangat dekat dengan saya. Saya mengucapkan banyak-banyak terima kasih.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat di pergunakan dengan baik sebagai mana mestinya. Dan peneliti berharap untuk semua pembaca skripsi ini dapat meberikan saran yang membangun, agar nanti di masa mendatang menjadi lebih baik lagi, Akhir kata semoga skripsi ini dapat menambah ilmu pengetahuan, referensi, yang bermanfaat bagi semua pihak, baik bagi peneliti sendiri dan semua yang membacanya. Terima kasih

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI v
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABLE xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 9
BAB II 11
TINJAUAN PUSTAKA 11
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Kajian Teoritis 16
2.2.1 Komunikasi 16
2.2.2 Teori Interaksi Simbolik 18
2.2.3 Impression management 19
2.2.4 Teori Late Modernity 22
2.2.4.1 Ciri-ciri Late Moderenity 23
2.2.5 Computer Mediated Communication (CMC) 23
2.2.5.1 Hypersonal CMC 24
2.2.6 Personal Branding 26
2.2.6.1 Komponen *Personal Branding* 29
2.2.6.2 Elemen Pembentukan *Personal Brand* 32
2.2.7 Media Sosial 34

http://digilib.mercubuana.ac.id/

2.2.7.1 Ciri-ciri Media Sosial 36
2.2.8 Instagram 38
2.2.8.1 Fitur-Fitur instagram 39
BAB III 43
METODE PENELITIAN 43
3.1 Paradigma Penelitian 43
3.2 Metode Penelitian 45
3.3 Subyek Penelitian 46
3.4 Teknik Pengumpulan Data 54
3.4.1 Data Primer 54
3.4.2 Data Sekunder 54
3.5 Teknik Analisa Data 55
3.6 Teknik Pemeriksaan Kebsahaan Data 56
BAB IV 58
PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN 58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 58
4.1.1 Tentang Instagram 59
4.2 Hasil Penelitian 62
4.2.1 Instagram sebagai Tren 62
4.2.2 Pengelolaan kesan pada media social instagram sebagai bentuk *Personal Branding* 70
4.2.3 Pemaknaan penggunaan instagram sebagai bentuk *personal brading* diri 88
4.3 Pembahasan 97
BAB V 105
KESIMPULAN DAN SARAN 105
5.1 Kesimpulan 105
5.2 Saran 106
5.2.1 Saran Akademis 106
5.2.2 Saran Praktis 107
DAFTAR PUSTAKA 108

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR TABLE

Table 2.1 : Penelitian Tedahulu…….11

Tabel 3.1 : Data Informan……..47

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : *Data Statistik pengguna media social di Indonesia*……..…… 3

Gambar 2 : *Capture dari akun instagram refi*……..…49

Gambar 3 : *Capture dari akun instagram Anisya*…… 50

Gambar 4 : *Capture dari akun instagram Arvio*…… 51

Gambar 5 : *Capture dari akun instagram Yoga*……...… 52

Gambar 6 : *Capture dari akun instagram Riska*……..……... 53

Gambar 7 : *Data statistik usia produktiv penggunaan Instagram di Indonesia*……..… 65

Gambar 8 : *Capture Instastory Riska Jayanti saat mengendorse sebuah makana*…… 71

Gambar 9 : *Capture Video Instagram Yoga anugrah pradana tentang alam*……...…….. 73

Gambar 10 : *Capture hasil foro makeup di instagram arvio*……..… 74

Gambar 11 : *Capture Foto icha di instagram*……..... 75

Gambar 12 : *Capture komentar di instagram Ich*..……77

Gambar 13 : *Capture komentar di instagram Refi*…….....79

Gambar 14 : *Capture komentar di instagram Yoga*……..…… 80

Gambar 15 : *Capture komentar di instagram Riska*……...… 82

Gambar 16 : *Capture komentar di instagram Arvio*……83

Gambar 17 : *Capture komentar di instagram Arvio*……...… 87

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara…….…… 110

Lampiran 2 : Surat Pernyataan Kesediaan Menjadi Narasumber..... 138

Lampiran 3 : Foto Dokumentasi Wawancara & Bimbingan……..….. 143

Lampiran 4 : Curiculum Vitae Peneliti ……...……145

Lampiran 5 : Open Code (Analisa data wawancara)……... 146

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/